

Tekijä Henna Immonen		
Työn nimi Global Design Watch 2010		
Laitos Muotoilun laitos		
Koulutusohjelma Taideteollinen muotoilu		
Vuosi 2013	Sivumäärä 55	Kieli SU/EN

Tiivistelmä

Global Design Watch 2010 – raportissa selvitetään muotoilun vaikutuksia kansantalouksien keskinäisessä kilpailussa, sekä tarkastellaan valtiotasolla erilaisia luovien alojen edistämiseen tähtääviä muotoilupoliittisia ohjelmia ja niiden roolia, järjestäytymistä ja rahoitusta valtion sisällä.

Global Design Watch 2010 – raportti on toteutettu tilaustutkimuksena Taideteollisen korkeakoulun Innovaatiokeskus Designiumille vuonna 2010. Toimin GDW 2010 -raportin tutkijana sekä graafisen ulkoasun suunnittelijana ja toteuttajana. Raportin työryhmään kuuluivat lisäksi päätoimittaja Eija Nieminen ja projektipäällikkö Juha Järvinen. Raportin julkaisua on tukenut Sharing Experience Europe (SEE) Platform -projekti ja EUn alueiden välistä yhteistyötä toteuttava INTERREG IVC – ohjelma.

GDW 2010 -raportti on jaettu kolmeen osaan. Raportin ensimmäinen osa tarkastelee valtioiden muotoilupoliittisia ohjelmia ja niiden rahoitusta, muotoilun strategista roolia sekä toimialan mittareita, alan keskeisiä toimijoita ja ajankohtaisia toimenpiteitä valtiotasolla. Tarkastelun kohteena on Suomen lisäksi 21 maata.

Raportin toisen osan lähtökohtana toimii World Economic Forumin kasvukilpailukykyindeksi, joka muodostuu kolmestakymmenestä kahdesta muuttujasta. Kasvukilpailuindeksi pyrkii mittaamaan valtion kykyä kasvattaa reaalista henkeä kohden laskettua kansantuloaan 5-10 vuoden tähtäimellä. GDW 2010 – raporttiin on poimittu kasvukykyindeksin pohjalta luovan kilpailukyvyyn indeksin listaus, jossa on otettu huomioon seuraavat osa-alueet: yrityksen investoinnit tutkimus- ja kehitystoimintaan (T&K), kilpailukyvyyn luonne, sijoitus arvoketjussa, kyky innovoida, tuotanto-prosessien kehittyneisyys, markkinoinnin laajuus, asiakaslähtöisyyden aste, brändäyksen aste sekä tuotemuotoilun yksilöllisyys. Raportin kolmas osa tarkastelee tilannetta Suomessa vuonna 2010.

Raportin tuloksista havaitaan, että kasvukilpailukykyindeksin ja luovuuskilpailukykyindeksin välillä on voimakas korrelaatio, ja että maiden kasvukilpailukyky on kytköksissä niiden muotoilupanostuksiin.

Opinnäytteen diskussio 2013 -luvussa tarkastellaan GDW 2010 – raportin teemoja ja tuloksia vuoden 2013 tilanteeseen peilaten kahden asiantuntijahaastattelun ja niitä pohtivan osuuden kautta.

Avainsanat Muotoilu, kilpailukyky, innovaatiotoiminta, muotoilupoliittikka

Author Henna Immonen

Title of thesis Global Design Watch 2010

Department The Department of Design

Degree programme Applied Art and Design

Year 2013**Number of pages** 55**Language** FIN/ENG

Abstract

The aim of Global Design Watch 2010 survey is to examine and compare public and/or political innovation programmes from Finland and various other countries and regions, in order to evaluate how creativity and creative industries (CI), such as design, are utilised. In addition, this Thesis examines how creative potential is in evidence in leading industrial companies and, more generally, in national competitiveness.

This survey is published by DESIGNIUM - Centre for Innovation in Design. DESIGNIUM ordered the research from me. The survey was done by team of three: Editor-in-Chief Eija Nieminen (D.Sc.), Project Manager Juha Järvinen (D.Arts) and Researcher & Graphical designer Henna Immonen (Ba). Global Design Watch 2010 Survey is developed with support of the SEE project and co-financed by the European Regional Development Fund through the INTERREG IVC programme.

The Global Design Watch 2010 survey is divided into three parts. The first section examines the National Design Programmes and Strategies for Design Promotion. I have sought that information of Finland and 21 other countries.

In the second section, I have sought out a combination of design-related indexes from the World Economic Forum (WEF) report and drawn up a design competitiveness ranking on that basis. The seven selected indexes (Company spending on research and development, Nature of competitive advantage, Value chain presence, Capacity for innovation, Production process sophistication, Extent of marketing and Degree of customer orientation) measure the elements of competitiveness on a broader scale: the status of production processes, and the effects of product design, marketing and after-sales services on the international competitiveness of export companies and their placement in the value chain.

The third section analyzes the profitability of contents, practical measures, and actors in Finland.

The Key results in Global Design Watch 2010 survey are the facts that creative potential is evident in leading nation's competitiveness and that in many countries design is increasingly being recognized as important for national competitiveness.

Since there is three years between publishing the Global Design Watch 2010 survey and the Master's Thesis itself I have looked at the situation in 2013 by interviewing two experts in Design Promotion field, Secretary General for the European Design Innovation Initiative (2012) Tapio Koskinen and Jaana Hytönen, SEE project manager in Finland (2012 -). Through these interviews, I have written my own conclusion about the situation at the beginning of the year 2013.

Keywords Design, Competitiveness, Design Programmes

Henna Immonen

Taiteen maisterin tutkinnon opinnäyte

Global Design Watch 2010

Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu

Muotoilun laitos

Taideteollinen muotoilu

2013

ESIPUHE

Tämä työ on taiteen maisterin opin-
näytetyöni Aalto-yliopiston taiteen ja
suunnittelun korkeakoulun Muotoilun
laitokselle. Työni laajin osa on
Innovaatiokeskus Designiumille
vuonna 2010 tekemäni tilaustutkimus
Global Design Watch 2010.

Tutkimuksessa selvitetään muotoilun
vaikutuksia kansantalouksien keskinäis-
sessä kilpailussa sekä tarkastellaan
valtiotasolla erilaisia luovien alojen
edistämiseen tähtääviä muotoilupoliitti-
sia ohjelmia sekä niiden roolia, järjes-
täytymistä ja rahoitusta valtion sisällä.

Olen työskennellyt Global Design
Watch 2010 – raportin työryhmässä
yhdessä raportin päätoimittaja Eija
Niemisen ja projektipäällikkö Juha Jär-
vinen kanssa. Vastuuni raportin teossa
on ollut toimia raportin tutkijana sekä
graafisen ulkoasun suunnittelijana ja
toteuttajana. Raportti on julkaistu Sha-
ring Experience Europe (SEE) -projek-
tin¹ julkisilla verkkosivuilla.

Opinnäytteeni kolmannessa luvussa,
Diskussio 2013, olen haastatellut
kahta alan asiantuntijaa. Haastattelu-
jen kautta pohdin alan nykytilaa.

Haluan kiittää Global Design Watch
2010 – raportin muita työryhmän jäse-
niä Eija Niemistä ja Juha Järvistä, sekä
haastateltaviani Jaana Hytöstä ja Tapio
Koskista. Erityisesti kiitos Juhalle, joka
on ohjannut minua myös opinnäytteeni
muiden osioiden kokoamisessa.

Lisäksi haluan kiittää Global Design
Watch 2010 - raportin julkaisua
tuenutta Sharing Experience Euro-
pe (SEE) Platform -projektia ja EU:n
alueiden välistä yhteistyötä toteuttavaa
INTERREG IVC -ohjelmaa.

Helsingissä 26.2.2013

Henna Immonen

¹ The SEE Platform is a network of 11 Europe-
an partners engaging with national and regional
governments to integrate design into innovation
policies and innovation programmes.
<http://www.seeplatform.eu/>

² The overall objective of the INTERREG IVC
Programme is to improve the effectiveness of re-
gional policies and instruments. A project builds
on the exchange of experiences among partners
who are ideally responsible for the development
of their local and regional policies.

SISÄLTÖ

ESIPUHE

1	JOHDANTO	3
2	PROSESSI.....	4
	2.1 Tausta.....	4
	2.2. Toteutus.....	4
3	DISKUSSIO 2013	6
	3.1 Haastateltavat.....	6
	3.2. Haastattelut.....	7
	3.2. Pohdinta.....	14
4	LOPUKSI	17
5	LÄHTEET.....	19
	LIITE 1 Global Design Watch 2010.....	20

1 JOHDANTO

Opinnäytteeni laajin osuus on Taideteollisen korkeakoulun Innovaatiokeskus Designiumille vuonna 2010 toteuttamani tilaustutkimus Global Design Watch 2010. Global Design Watch 2010 – raportissa selvitetään muotoilun vaikutuksia kansantalouksien keskinäisessä kilpailussa sekä tarkastellaan valtiotasolla erilaisia luovien alojen edistämiseen tähtääviä muotoilupoliittisia ohjelmia ja niiden roolia, järjestäytymistä ja rahoitusta valtion sisällä.

Toimin GDW 2010 -raportin tutkijana sekä graafisen ulkoasun suunnittelijana ja toteuttajana. Raportin työryhmään kuuluivat lisäksi päätoimittaja Eija Nieminen, joka toimi vuonna 2010 Taideteollisen korkeakoulun Innovaatiokeskus Designiumin johtajana, sekä projektipäällikkö Juha Järvinen. Nieminen tilasi tutkimustyön minulta.

Raportti on jaettu kolmeen osaan. Raportin ensimmäinen osa tarkastelee valtioiden muotoilupoliittisia ohjelmia (kansalliset/ poliittiset/järjestöt jne), niiden rahoitusta ja strategista roolia sekä toimialan mittareita, alan keskeisiä toimijoita ja ajankohdaisia toimenpiteitä valtiotasolla. Ensimmäisessä osassa on tarkastelun kohteena Suomen lisäksi 21 maata.

Raportin toisen osan lähtökohtana toimii World Economic Forumin kasvukilpailukykyindeksi¹, joka muodostuu kolmestakymmenestä kahdesta muuttujasta. Kasvukilpailuindeksi pyrkii mittaamaan valtion kykyä kasvattaa reaalista henkeä kohden laskettua kansantuloaan 5-10 vuoden tähtäimellä. GDW –raporttiin on poimittu kasvukykyindeksin pohjalta luovan kilpailukykyyn indeksin listaus, jossa on otettu huomioon seuraavat osa-alueet: yrityksen investoinnit tutkimus ja kehitystoimintaan (T&K), kilpailukykyyn luonne, sijoitus arvo- ketjussa, kyky innovoida, tuotantoprosessien kehittyneisyys, markkinoinnin laajuus, asiakaslähtöisyyden aste, brändäyksen aste sekä tuotemuotoilun yksilöllisyys.

Olin jo ennen GDW 2010 – raporttia työskennellyt Innovaatiokeskus Designiumissa erilaisissa projekteissa, kuten Niemisen avustajana opetusministeriön suunnitteluryhmässä, joka vuonna 2007 valmisteli esityksen maailmanluokan tutkimusyliopistosta (nyk. Aalto-yliopisto). Tämän raportin tutkijan rooli tuntui luontevalta tehtävältä ja aihe kiinnosti minua ammatillisesti. GDW 2010 – raportin julkaisun jälkeen olin muissa tehtävissä, sekä vanhempainvapaalla ennen varsinaisen opinnäytteeni

palauttamista, joten halusin liittää opinnäytteeseeni diskussio -osueen, joka tarkasteli tilannetta vuoden 2013 alussa. Halusin valita Global Design Watch raportin 2013 tilannekatsauksen aineistonkeruumenetelmäksi haastattelun, sillä olin kiinnostunut selvittämään, mitä hankkeita Aalto-yliopiston taiteen ja suunnittelun korkeakoulussa oli toteutettu vuosina 2010-2013. Siksi valitsin haastateltavikseni SEE-projektin² projektikoordinaattorin Jaana Hytösen ja European Design Innovation Initiative (EDII) –hankeen ja sen alla toimivan Leadership Boardin pääsihteeri (2012)³ Tapio Koskisen. Lisäksi minua kiinnostivat heidän näkemyksensä muotoilun edistämisen nykytilasta Suomessa ja kansainvälisellä kentällä.

Opinnäytteeni tavoite on kuvata Global Design Watch 2010 -prosessi tutkijan näkökulmasta ja tarkastella raportin tuloksia tämänhetkiseen tilanteeseen peilaten asiantuntija-haastatteluiden ja vastauksia pohtivan osuuden kautta.

Varsinainen GDW 2010 – raportin prosessin esittely alkaa seuraavassa luvussa, jossa esittelen tarkemmin raportin taustan ja viitekehysten, keskeiset osien toteutustavat, aineis-

tonkeruuseen liittyneet menetelmät ja rajoitteet sekä raportin työnjaon. Luvun lopuksi esittelen raportin keskeisimmät tulokset.

Luvun kolme (Diskussio 2013) aluksi esittelen haastattelujen valmistelun. Sitä seuraa haastateltavien esittelynsä ja itse asiantuntijahaastattelut. Luvun lopuksi esitän omia pohdintojani haastatteluiden kautta nousseista aiheista. Viimeinen, neljäs luku (Lopuksi) toimii opinnäytteeni yhteenvedona.

Global Design Watch 2010 –raportti on opinnäyteeni LIITE 1.

¹World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2009/ 2010

² The SEE Platform is a network of 11 European partners engaging with national and regional governments to integrate design into innovation policies and innovation programmes.

³ European Design Innovation Initiative (EDII), Aalto University runs the Secretariat for the European Design Innovation Initiative. The EDII Secretariat assists the European Commission and the Leadership Board in the establishment, development, operation and promotion of EDII by providing secretarial services to the Board and by acting as a coordinator, promoter and animator of EDII.

2 PROSESSI



2.1. Tausta

Toteutin Global Design Watch 2010 –raportin tilaustutkimuksena Innovaatiokeskus Designiumille vuoden 2010 kesän ja syksyn aikana. Työskentelin kokopäiväisesti raportin parissa kesä-, heinä- ja elokuun, sekä osa-aikaisesti syksyn 2010.

Toimin GDW 2010 -raportin tutkijana sekä graafisen ulkoasun suunnittelijana ja toteuttajana. Raportin työryhmään kuuluivat lisäksi päätoimittaja Eija Nieminen, joka toimi vuonna 2010 Taideteollisen korkeakoulun Innovaatiokeskus Designiumin johtajana, sekä projektipäällikkö Juha Järvinen. Nieminen tilasi tutkimustyön minulta. Raportin julkaisua on tukenut SEE – projekti¹ (Sharing Experience Europe) ja INTERREG IVC² ohjelma.

GDW 2010 – raportti oli neljäs julkaisu Designiumin Global Design Watch -sarjassa. Designiumin julkaisemat GDW –raportit 2003, 2006, 2008 ovat luoneet pohjaa pitkän ajan arvioinnille ja analyysille, ja GDW 2010 –raportti tarkastelikin nykytilannetta vuonna 2010 ja vertasi sitä vuoden 2008 tilanteeseen. Raportissa toistuvat samat osat kuin raportissa 2008, ja tarkastelun kohteena oleviin maihin lisättiin työryhmän johtajan päätöksellä uusina maina Belgia, Ranska, Espanja ja Itävalta.

Esittelen seuraavaksi yksityiskohtaisemmin raportin prosessin, sekä siihen liittyneet työvaiheet ja tiedonkeruumenetelmät.

¹ The SEE Platform is a network of 11 European partners engaging with national and regional governments to integrate design into innovation policies and innovation programmes. <http://www.seeplatform.eu/>

² INTERREG IVC provides funding for across Europe. The overall objective of the Programme is to improve the effectiveness of regional policies and instruments. <http://www.interreg4c.net/>

2.1. Toteutus

Raportin ensimmäinen osa tarkastelee valtioiden muotoilupoliittisia ohjelmia (kansalliset/ poliittiset/ järjestykset/jne.) ja niiden rahoitusta. Lisäksi ensimmäisessä osassa on esitelty muotoilun strategista asemaa maissa (jos tiedossa), maiden luovien toimialojen tunnuslukuja, alan keskeisiä toimijoita ja ajankohtaisia toimenpiteitä valtiotasolla. Ensimmäisessä osassa on tarkastelun kohteena Suomen lisäksi 21 maata.

Etsin kaikki ensimmäisessä osassa esitellyt tiedot ensisijaisesti valtioiden virallisilta (julkisilta) verkkosivuilta ja niiden alisivuilta. Yritin löytää ajankohtaisimman tiedon esimerkiksi maiden eri ministeriöiden, ammattiyhdistysten/ liittojen, muotoilun eri toimijoiden ja valtiollisten toimijoiden (esim. muotoilun ohjausryhmät ja hallitukset) sivuilta. Lisäksi etsin tietoa ajankohtaisista muotoilua ja kilpailukykyä käsittelevistä raporteista ja koko EU-tasolla toimivien tahojen verkkosivuilta.

Tiedonkeruu oli erittäin haastavaa, sillä GDW – raporttiin tarkastelun kohteiksi valituissa maissa muotoiluun liittyvä tieto oli jakaantunut eri tavoin.

Useimmissa maissa muotoiluohjelmia johdetaan eri valtiollisten elinten kautta. Jotkut muotoiluohjelmien osa-alueet voivat olla esimerkiksi kulttuuria, taidetta tai mediaa hallinnoivien ministeriöiden alaisuudessa. Toisaalta monet muotoilua koskevat hankkeet ja ohjelmat taas toimivat maan teollisuutta, innovaatiotoimintaa tai teknologiaa edistävien ministeriöiden ohjausvallassa. Monessa maassa muotoilun edistämisen ja tukemisen mandaatti on annettu myös tietylle elimelliselle toimijalle (kuten Design Board). Maissa on selvästi erotettavissa myös valtiotasolla ja alueellisella tasolla toimivia yhteisöjä ja organisaatioita, jotka maasta riippuen voivat myös toimia valtiorahoitteisesti muotoilun edistämiseksi. Kaikissa maissa muotoilun

edistämistä ei tehdä valtiotasolla, vaan keskeisimmät toimijat löytyvät muiden esimerkiksi ammattiyhdistysten piiristä, jotka toteuttavat samankaltaisia tehtäviä kuin valtion alaiset toimijat toisissa maissa.

Yleisesti voidaan myös todeta, että tilastoitua tietoa muotoilun erilaisista ohjelmista tai hankkeista ei ole laajasti kerätty. Monessa maassa tiedot eivät myöskään olleet ajan tasalla tai maissa ei ollut tapahtunut paljoa muutosta vuoden GDW2008 -raporttiin nähden. Joissain maissa oli myös juuri käynnistymässä muotoiluun liittyviä isoja hankkeita, mutta niistä saatava tieto oli vähäistä tai niistä ilmoitettiin toissijaisten lähteiden sivuilla.

Raportin toisen osan aineiston keruun lähtökohtana toimi World Economic Forumin Global Competitiveness Report 2009/2010 julkaisu. Etsin raportista seitsemän GDW -raportissa määriteltä luovaa kilpailukykyä mittaavaa indeksiä (yrityksen

investoinnit tutkimus- ja kehitystointaan (T&K), kilpailukyvyn luonne, sijoitus arvoketjussa, kyky innovoida, tuotantoprosessien kehittyneisyys, markkinoinnin laajuus, asiakaslähteisyyden aste, brändäyksen aste ja tuotemuotoilun yksilöllisyys) viides-täkymmenestä ensimmäisestä World Economic Forumin kasvukilpailukykyindeksin ranking-listan kärkimaasta. Tämän jälkeen laskin maiden seitsemästä indeksistä saamat pisteet yhteen. Indeksien vaihteluväli oli 1-7 ja indeksit oli esitetty kahden desimaalin tarkkuudella. Yhteispistemäärien perusteella syntyi luovuuskilpailukykyä kuvaava ranking-lista, jossa nämä 50 maata oli esitelty. Tämän tiedon keruu oli verraten helppoa, mutta erityistä pikkutarkkuutta vaativaa ja siksi aikaa vievää. Raportin tuloksia esittelevässä osuudessa vertasin kasvukilpailukykyindeksin tuloksia (näiden 50 maan osalta) luovuuskilpailukyvyn tuloksiin 2009/2010 raportin tulosten pohjalta. Lisäksi vertasin

kasvukilpailukykyindeksin kärkimaita (20), luovuuskilpailukyvyn ranking-listan kärkimaita ja indeksin keskiarvoa (1-7 asteikko) vuosina 2007 ja 2010. Piirsin myös kaavion, jossa esitellään eri valtioiden sijoitukset vuoden 2010 kasvukilpailukyky- ja luovan kilpailukyvyn indekseissä sekä kuvan, jossa tarkastellaan maan kilpailukyvyn ja muotoilun yhteyttä. Kuvan tarkoituksena oli esittää indeksien välillä oleva voimakas korrelaatio.

Piirsin raporttiin myös taulukon, joka kuvaa kymmenen maan (Suomi, Japani, Yhdysvallat, Saksa, Sveitsi, Ruotsi, Tanska, Itävalta, Korea, Ranska) luovuuskilpailukyvyn kehitystä.

Raportin kolmannen osan (Suomen tilannekatsaus) tiedot keräsin Tekniikan akateemisten (TEK) julkaisemasta TEKbarosta (2010). Keräsin raporttiin TEKbaron keskeisimmistä

sisällöistä kilpailukykyä käsittelevää aineistoa ja piirsin niistä kuvaajia TEKbaro -raportin keskeisimpien graafien pohjalta. Lisäksi liitin kolmanteen osaan SEE -projektin Suomen projektipäällikön Jaana Hytösen tekstin Suomen ajankohtaisesta tilanteesta.

GDW 2010- raportin johtopäätökset syntyivät työryhmän yhteisen keskustelun pohjalta muiden osien ollessa valmiita.

3 DISKUSSIO 2013

Diskussio 2013 -luku koostuu kahdesta asiantuntijahaastattelusta sekä pohdintaosuudesta, jossa tarkastelen vuoden 2013 tilannetta haastattelujen vastauksia aineistonani käyttäen.

Valitsin Global Design Watch 2010 -raportin 2013 tilannekatsauksen aineistonkeruumenetelmäksi haastattelun, sillä olen kiinnostunut selvittämään, miten muotoilualan asiantuntijat, jotka ovat jatkaneet muotoilun kilpailukyvyyn ja muotoilupoliittisten ohjelmien parissa työskentelyä niin Suomessa kuin kansainvälisellä kentällä Aalto-yliopiston taiteen ja suunnittelun korkeakoulussa raportin ja opinnäytteeni julkaisun välillä, näkivät tilanteen alkuvuonna 2013.

Olen haastattelukysymyksiä muotoillessani pyrkinyt pitämään kysymykset yleisluontoisina. Halusin pitää avoinna mahdollisuuden, että kysyttävä aihe tuottaa vastauksia monitahoisesti. Sovimme myös Koskisen haastattelutilanteessa (7.2.2013, Aalto-yliopisto), että käytämme etukäteen hänelle toimitettuja kysymyksiä haastattelun runkona, jota voimme tämentää

vastauksista nousseilla lisäkysymyksillä. Käytännössä näin myös kävi, ja siitä syystä kaksi haastattelua eivät ole kysymysten osalta identtiset. Hytösen haastattelu toteutettiin sähköpostitse 12.2–25.2.2013 välisenä aikana.

Koskisen haastattelun liitteenä (LIITE 1) on Euroopan komission tiedote, joka käsittelee Euroopan Design Leadership Boardin raporttia ”Design for Growth and Prosperity”.

Hytösen haastattelun liitteenä (LIITE 2) on Hytösen tekemä päivitys omaan asiantuntijakommenttiinsa, joka julkaistiin Global Design Watch 2010 – raportin Suomea käsittelevässä osiossa.

3.1 Haastateltavat

TAPIO KOSKINEN

Tapio Koskinen (s.1957) veti vuonna 2012 European Design Innovation Initiative (EDII) sihteeristöstä. Pääsihteerin roolissaan Koskinen fasiloittoi European Design Leadership Boardin työtä, jonka päämääränä oli esittää Euroopan komissiolle toimenpide-esitys sekä suosituksia tärkeimmistä kehittämisalueista ja toimenpiteistä, joilla varmistetaan muotoilun integroituminen Euroopan innovaatiopolitiikkaan.

Työn tuloksena syntyi raportti EUROPEAN DESIGN INNOVATION INITIATIVE 2012: Design for Growth and Prosperity - Report and Recommendations of the European Design Leadership Board

JAANA HYTÖNEN

Hytönen (s. 1959) toimii Euroopan muotoiluinnovaatioaloitteen (European Design Innovation Initiative EDII) alaisessa SEE Platform -projektissa projektkoordinaattorina. Hytönen vastaa Aalto-yliopiston, Suomen ja Helsingin metropolialueen hankkeista ja aloitteista.

Hytönen toimii tutkijana ja asiantuntijana muotoilun kentällä.

3.2 Haastattelut

TAPIO KOSKINEN

Pääsihteeri, EDII (2012)



Miksi juuri nämä maat ovat Global Design Watch 2010 rankinglistan kärjessä? Löytyykö maista yhteisiä piirteitä? Onko tilanne muuttunut/ muuttumassa?

Rankinglistan kärjessä olevista maista on tietysti löydettävissä yhteisiä piirteitä. Ensinnäkin nämä rankinglistan maat kuuluvat isojen läntisten teollisuusmaiden ryhmään. Toiseksi näitä maita yhdistää se, että niistä jokaisessa kansallisen kulttuurin päälle rakentunut kansallinen liiketoimintakulttuuri tunnustaa aineettomat arvot ja niiden omistusoikeuden. Eli nämä Global Design Watch – raportin maat ovat niin sanotusti IPR uskollisia maita, joiden innovaatiopolitiikan yksi kulmakivistä nämä IPR-asiat ovat. Lisäksi näissä maissa tehdään lisensointien ja patenttien kautta todella paljon bisnestä. Näiden maiden vastakohtana maailmassa on isoja alueita, joissa kansallisen kulttuurin lähtökohta aineettomiin arvoihin on erilainen, kuten esimerkiksi Kiina. Läntisissä teollisuusmaissa voidaan kehittää pieniä kerhoja, joiden kautta arvostellaan näitä maita, mutta loppujen lopuksi ei ole olemassa kestäväää keinoa tehdä IPR-asiasta todella globaalia. Lisäksi tietyt muotoilukeskeiset toimialat ovat sellaisia, joissa liikutaan niin nopeasti (esimerkiksi muoti), ettei lisensoinnilla/ patentoinnilla ole mitään merkitystä. Sen takia mielipiteeni, jonka jakaa muutama

näitä asioita pohtinut kollega, on se, että meidän pitäisi nyt satsata Open Designin ansaintalogiikoiden ja liiketoimintamallien kehittämiseen. Miksi näin? Uskon itse kollegoideni ohella, että tämä on oikeasti pitkässä juoksussa ainoa tapa, jolla pystymme fiksusti pitämään pyörät pyörimässä ja säilyttämään kilpailukyyn ilman, että meidän tarvitsee satsata valtavia resursseja IPR-oikeuksien suojaamiseen.

Mihin suuntaan tätä Global Design Watchin maiden listaa pitäisi laajentaa? On hienoa, että Korea on mukana tässä raportissa, mutta tällä hetkellä Intia ja Kiina ovat ne alueet, missä koulutetaan ihan huikkeitä määriä muotoilijoita ja joka vuosi valmistuu kymmeniä tuhansia uusia ammattilaisia. Eli jos haluamme säilyttää nykyisenkaltaisen Global Watchin muotoilun alueella, meidän täytyy ryhtyä seuraamaan myös mitä BRIC¹ -maissa tapahtuu. Muuten maiden lista on pitkälti samankaltainen kuin mikä on monissa muissakin lähteissä todettu.

¹BRIC = Brasil, India and China

Ovatko GDW raportin indikaattorit oikeita?

Luettuani läpi indikaattorit ja niiden vaihtelun ääripäät, olin hämmästynyt ylipäättään näin hienon raportin olemassaolosta. En osaa äkkiseltään sanoa, mitä indikaattoreita pitäisi lisätä, sillä raportti katsoo tilannetta nimenomaan kilpailukyvyn kannalta eikä sinänsä yritä ymmärtää muotoilua. Muotoilu on siis sisällä useammassa kuin yhdessä raportin indikaattoreista ja siten vaikeasti sieltä irrotettavissa.

Miltä tilanne näyttää nyt vuonna 2013?

Euroopassa on meneillään muotoilun innovaatiotoiminnan toimenpideohjelman laatiminen ja sen pohjatyönä on Euroopan Design Leadership Boardin raportti (Design for Growth and Prosperity - Report and Recommendations of the European Design Leadership Board), joka pitää sisällään kuudella eri toimenpidealueella 21 toimenpidesuositusta. Osallistuin juuri EU:n DG Enterprise and Industry:n järjestämään sidosryhmä-workshoppiin Brysselissä, jossa komission pääosasto testasi, miten oikein he olivat onnistuneet asettamaan konkreettiset toimenpiteensä. He olivat näistä kuudesta esitetystä toimenpidealueesta ja 21stä toimenpideehdotuksesta valinneet tähän tilaisuuteen jatkokeskusteluun kolme toimenpidealuetta ja 11 toimenpideehdotusta. keskustelin Brysselin tapaamisen yhteydessä pitkään näistä asioista vastaavan EUn Police Officerin kanssa. Hän oli sitä mieltä,

että viimeisen puolen vuoden aikana Euroopan alueella ehkä Britanniassa on eniten satsattu muotoilun mukaan ottamiseen innovaatiopolitiikkaan. Ja itse asiassa Britanniassa yksi meidän Design Leadership Boardin jäsenistä on juuri ollut esittelemässä parlamentille Design for Growth and Prosperity toimenpide-ehdotuksista. Eli Britanniassa toimenpide-ehdotukset on otettu todella vakavasti ja siellä käynnistyy ihan lähiaikoina isohkoja toimenpiteitä muotoilun ottamiseksi nykyistä kiinteämmin osaksi innovaatiopolitiikkaa. Britannia on varannut myös reilusti rahaa tämän toimenpideohjelman toimeenpanoa varten ja luo juuri nyt prioriteettilistaa toimenpiteistä.

Suomessa on lähdetty vuoden 2012 keväällä tekemään uutta muotoilustrategiaa. Muotoile Suomi -strategian valmistelua on vetänyt tarjouskilpailun voittanut Creadesign, ja strategian luonnos on nyt ohjausryhmässä kommentoitavana. Valmisteluprosessissa on mielestäni havaittavissa kaksi tärkeää asiaa: se, että valmistelusta vastaava valtionhallinnon organisaatio ei ole osa Suomen kulttuurista hallintakoneistoa, vaan työ- ja elinkeinoministeriö. Lisäksi ohjelman valmistelussa keskeisessä asemassa on muotoilun mahdollisuudet kansallisen kilpailukyvyyn vahvistajana. Vastaavasti EU:n ”TEM” on toiminut Design for Growth and Prosperity -kirjan synnyttäneen toiminnan houstina. Eli eurooppalaisessa ja suomalaisessa työssä fokus on tällä hetkellä siinä, miten muotoilu saadaan paremmin hyödyntämään innovaatiota ja sillä tavalla kilpailukykyä.

Kuinka paljon rahaa muotoiluun panostetaan yrityksissä Suomessa?

Muotoile Suomi -raportin luonnoksessa ei ole muotoilun rahallisen arvon suuruutta esitetty. Luulen sen liittyvän siihen, että ei ole oikein yhteisymmärrystä kuinka se lasketaan. Sen sijaan Muotoile Suomi -raportissa on esitetty patenttien ja IPR -lisensiointien osuus bruttokansantuotteesta sekä sen kasvu. Raportissa jopa pohditaan, pitäisikö verohelpotusta antaa helpommin yrityksille, jotka saavat tuloa lisensioinnista.

Onko IPR hyvä lähtökohta muotoilun arvon mittaamiseen?

On tietysti tärkeää katsoa myös sitä. Voimme ajatella IPR -asiaa myös ympäristön kannalta, sillä se on luonnonvaroja kuluttamatonta kaupankäyntiä. Mutta tietenkin meillä tulee olla käsitys myös siitä, mikä muotoilun volyymi on. Design for Growth and Prosperity -kirjan fokus on ollut enemmän siinä, että meidän täytyy kehittää menetelmiä, joilla voimme paremmin ymmärtää muotoilun tuomaa lisäarvoa teollisuudelle ja bisnekselle. Euroopan komissio (sama osasto kuin Design for Growth and Prosperity -kirjan teettäjä) rahoittaa tällä hetkellä kuutta sellaista projektia, jossa kehitetään työkaluja ja erilaisia mittaamenetelmiä, jotka auttavat muotoiluinnovaatio-työkalujen kehittämistä sekä niiden indikaattoreiden rakentamista, joilla toimintaa seurataan. Yksi projekteista keskittyy nimenomaan tähän muotoilun rahallisen arvon parempaan mitattavuuteen.

Euroopan unionissa kansalliset viranomaiset keräävät myös monenlaisia tilastoja, ja Euroopan tilastointiluokituksissa on olemassa muotoilulle tilastoitavat luokat (74:10 ja 71:11). Valitettavasti näitä kyseisiä kohtia tilastoidaan vain neljässä tai viidessä jäsenmaassa. Suomessa käsittääkseni kerätään tämä tieto. Jos me saisimme kaikki 25 jäsenmaata keräämään tämän datan, meillä olisi käyttökelpoista dataa Euroopasta ja sitä kautta voisimme paremmin ymmärtää muotoilun tilannetta ja ohjata kehitysresursseja.

Taideteollisuuden rooli IPR kysymyksissä?

Creative Industries Alliancen (ECCIA) presidentti Armando Branchini tuki 6.2.2013 Brysselin sidosryhmätapaamisessa IPR -oikeuksien suojaamista. ECCIA on hyvin kiivaasti ajamassa tätä IPR-asiaa. Ymmärrän sen hyvin, varsinkin pienten taideteollisten alan toimijoiden osalta, sillä heillä ei ole reaalisia mahdollisuuksia hyödyntää nykyistä järjestelmää. Isot ICT-alan firmat patentoivat kaiken mahdollisen pyöristettyjä suorakaiteita myöten, mutta esimerkiksi se, joka valmistaa nahkareppuja, ei voi tehdä sitä samaa. Taideteollisuuden alueella toimii myös tärkeä oppipoika-kisällijärjestelmä, jolla on pitkät perinteet.

Design Leadership Boardissa on käyty keskustelua siitä, miten nämä crafts -sektorin positiivisessa hengessä tuottamat luxury-tuotteet voivat itse asiassa edustaa kestävämpää kulutusta. Valveutuneet kuluttajat ovat valmiita maksamaan hieman enemmän lähellä tehdystä hyvästä tuotteesta, joka on ekologisemmin tuotettu ja kestää pidempään, on laadultaan parempi, vaikkakin hinnaltaan kalliimpi. Tilanteessa, jossa valmistava teollisuus on luisumassa pois Euroopasta, nähtiin crafts -kenttä yhtenä mahdollisena toimenpidealueena, jonka kautta voisimme mahdollisesti pitää ja osin myös palauttaa omistusta Eurooppaan.

TAPIO KOSKINEN

Pääsihteeri, EDII (2012)

Tulevaisuus Suomessa/ verrokkimaissa?

Muotoilu pitäisi saada, ei ainoastaan Suomessa vaan koko Euroopassa, paremmin osaksi Horizon 2020 -ohjelmaa. Horizon 2020 -ohjelmassa käytetään valtavasti eurooppalaisia resursseja kehitys- ja tutkimustoimintaan, ja tällä hetkellä muotoilu on siellä surkeasti edustettuna. Muotoilu voi olla mukana ohjelmassa periaatteessa kahta kautta: monissa hankkeissa, jotka rahoitetaan Horizon -ohjelmasta, kehitetään tuotteita tai palveluita, jotka menevät esiproto-asteelle. Tilanne näissä projekteissa on kuitenkin usein se, että niissä ei ole lainkaan muotoiluosaamista mukana. Me kaikki, jotka olemme olleet muotoilun kanssa tekemisissä, tiedämme sen, että menestyksellinen muotoilun hyödyntäminen tuotekehityksessä edellyttää sitä, että muotoiluosaaminen kytketään mukaan aikaisessa vaiheessa. Toisin sanoen meidän pitäisi saada muotoilijat uimaan kehitystiimeihin sisään.

Toinen tärkeä muotoilun rooli Horizon -hankkeissa liittyy isojen globaalien haasteiden kanssa painiviin ohjelmiin ja projekteihin, joissa ratkaisun löytäminen edellyttää tehokasta monitieteistä lähestymistapaa. Siinä Co-designin menetelmät olisivat helposti hyödynnettävissä monitieteisten tutkijatiimien yhteistyön tehostamisessa ja muotoilu voisi olla osana prosessin hallintaa tai osana tuotteen/ palvelun kehitystä. Toteutuakseen tämä yhteistyömalli edellyttäisi monien eri toimijoiden yhteistyötä.

Toisena asiana ottaisin muotoilun lukutaidon (design literacy) ja muotoilukäsitteen laajan ymmärryksen. Nyt kun WDC-vuosi on päättynyt, on nähtävissä, että vuoden aikana saatiin aikaan muotoiluymmärryksen laajentumista ja syventymistä Suomessa. Kertarysäys ei tässäkään asiassa kuitenkaan riitä.

Kolmas tärkeä asia liittyy siihen, että pienet yritykset pitää saada tehokkaammin hyödyntämään muotoilua. Tähän on erilaisia konsteja kokeiltu ympäri Eurooppaa ja toivon, että muotoilusetelajattelu ei leviäisi Suomeen. Siitä on huonoja kokemuksia useammassa kuin yhdessä Euroopan maassa.

Neljäs kohta liittyy eurooppalaisen demokratian kulmakivenä oleviin terveys- ja koulutuspalveluihin, jotka on kaikille kansalaisille tuotettava. Nähtävissä on, että nykyisen kaltaisella menettelyllä niitä ei ehkä kyetä tuottamaan nykytasoisina eikä niihin ole varaa. Julkisen sektorin palvelutuotantorakenteiden uudistamisessa tarvitaan palvelumuotoilua jotta saamme tulevaisuudessa paremmin ja kustannustehokkaammin toteutettuja näitä palveluita ihmisille.

Marco Steinberg Sitrasta on käynnistänyt (ollut idean isä) Designer in Residence – ohjelman. Esimerkiksi Helsingin kaupungilla on jo useampi muotoilija sijoitettu eri hallintokuntiin. Työ- ja elinkeinoministeriössäkin aloitti viime vuonna Designer in Residence, joka auttaa uudistamaan heidän prosessejaan

TAPIO KOSKINEN

Pääsihteeri, EDII (2012)

LIITE 1: Designed for growth: Design to push innovation

EUROPEAN COMMISSION PRESS MEMO, Brussels, 17 September 2012

Designed for growth: Design to push innovation

Europe has a global leadership position in design. Design plays a key role as an intangible asset for innovative companies. 21% of European companies use design as a strategic means to encourage innovation and the EU's design sector has an annual turnover of €36 billion. In order to fully exploit the design's potential to boost innovation, growth and job creation, the European Commission set up the European Design Innovation Initiative¹. Its policy recommendations – the report "Design for Growth and Prosperity" – which were presented today to European Commission Vice-President Antonio Tajani at the European Design Innovation Summit in Helsinki, the World Design Capital in 2012.

A broad understanding of design will help Europe's enterprises to provide better products and services and increase the standard of living for EU citizens. While design is a key European asset it has not yet been fully exploited to foster competitiveness.

What are the proposed recommendations for design policy?

The 21 policy recommendations of the European Design Leadership Board address six areas for strategic action:

- 1) the **global stage**; including identifying and strengthening existing European Design Centres, and creating a "Designed in the European Union" label;
- 2) **Europe's innovation system**; including new methods to measure the growth impact of investment in design, and including design within innovation and business incubators and their networks;
- 3) **Europe's enterprises**; including strengthening design innovation in SMEs and facilitating access to finance for design-led companies;
- 4) the **public sector**; including increasing the use of design and designers in public sector innovation by establishing design labs;
- 5) the **research system**; including embedding design research in Europe's research system; and

- 6) the **education system**; including fostering a culture of design learning and encouraging Member States to support the development of design competencies for the 21st century.

Who created the recommendations?

The European Design Leadership Board, a group of 15 experts drawn from industry, SMEs, national and regional innovation agencies and the academic world, delivered the recommendations. The reason for this diversity was to provide the critical link between design and innovation. The Board's members were nominated by the European Commission to steer the initiative and to make proposals to enhance the role of design in innovation policy.

What is the European Design Innovation Initiative?

In line with the commitment taken in the Innovation Union strategy, the European Design Innovation Initiative was launched in 2011 to exploit the full potential of design for innovation and to reinforce the link between design, innovation and competitiveness. The initiative aims to raise awareness about design as a driver of innovation in Europe. Another key goal is to enhance the role of design as a key discipline for bringing new ideas to the market and for transforming these ideas into user-friendly and appealing products, processes or services for enterprises and public services in the EU.

What are the next steps?

Based on the recommendations of the European Design Leadership Board, the Commission will take further measures to enhance the role of design for innovation. In October, the Commission is going to present proposals for a modern industrial policy with a view of boosting jobs and growth in Europe. The Commission will continue the dialogue on design with stakeholders.

For more information about the Design Leadership Summit see:

<http://europeandesigninnovation.eu>

For more information about design and EU industry:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/design-creativity/index_en.htm

¹ **What is the European Design Innovation Initiative?**

In line with the commitment taken in the Innovation Union strategy, the European Design Innovation Initiative was launched in 2011 to exploit the full potential of design for innovation and to reinforce the link between design, innovation and competitiveness. The initiative aims to raise awareness about design as a driver of innovation in Europe. Another key goal is to enhance the role of design as a key discipline for bringing new ideas to the market and for transforming these ideas into user-friendly and appealing products, processes or services for enterprises and public services in the EU.

LÄHDE: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-12-673_en.htm

JAANA HYTÖNEN

Projektikoordinaattori, SEE Platform

**Miksi juuri nämä maat ovat Global Design Watch 2010 rankinglistan kärjessä? Löytyykö maista yhteisiä piirteitä? Onko tilanne muuttunut/ muuttumassa?**

Sveitsi on pärjännyt hyvin, koska sillä on vahva raha- ja pankkisektori irti Eurosta ja EU:sta, ja ne tulevat toimeen paremmin kuin muut sektorit kuten teollisuustuotanto. Esimerkiksi Japanin talous on ollut pitkään ongelmissa mutta maa on alkanut siitä vähitellen toipua. Ruotsin talous on ollut suhteellisen kestäväällä pohjalla verrattuna euromaihin, ja kruunu on devalvoitunut euroon nähden. Euron kriisi on vaikuttanut voimakkaasti euromaihin ja ehkä myös Tanskaan johtuen mahdollisesti samoista vientimarkkinoista. Olisikohan Ruotsin taloudessa jotain – globaaleilla markkinoilla toimivat Ikea ja vaateketjuja, joiden kansainväliset markkinat eivät ole olleet niin riippuvaisia Euroopan tai USA:n talouden kriiseistä.

Kun talous ja vienti kukoistavat, muotoilulla on enemmän työtä ja myötävaikutusta taloudessa. MUSA-tutkimuksessa todettiin, että mitä suuremmilla markkinoilla yritys toimii, sitä todennäköisempää on, että yritys käyttää muotoilua. Suomalaisyrityksillä tehdyn kyselyn mukaan 70% kansainvälisillä markkinoilla toimivista yrityksistä käytti muotoilua (MUOVA, 25).

Teollisuuden ja talouden lukuihin vaikuttavat suhdanteet sekä muotoilun vaikutus näkyvät myydyissä tuotteissa. Toinen asia on muotoilutoimistojen ja yksittäisten muotoilijoiden toimeentulo. Muotoiluprojektin hinta voi olla periaatteessa sama tuntimääränä ajateltuna, mutta osana tuotetta muotoilun osuus ja muotoiluinvestoinnin tuottavuus voivat olla paljon enemmän tai vähemmän.

Muotoilulla saadaan paljon aikaan silloin, kun talouden pyörät pyörivät kovalla vauhdilla, mutta kuitenkin myös hitaan kasvun tai laman aikana. Muotoilulla voi olla erilaisia tehtäviä eri aikoina. Uusien tuotteiden yhteydessä muotoilu on mukana tuomassa tuotetta markkinoille. Esimerkiksi hitaamman talouskehityksen aikaan yrityksillä on enemmän aikaa uusien tuotteiden, tuotantotapojen tms. kehittämiseen. Kypsillä markkinoilla muotoilulla haetaan esimerkiksi olemassa olevien tuotteiden elinkaarelle lisää aikaa tai sovelletaan olemassa olevaa tuotetta uusille markkinoille. Muotoilulla voidaan saada lisää elinaikaa tuotteille, ja hiipuvilla markkinoilla voidaan hyödyntää elinkaarensa loppusuoralla olevan tuotteen viimeisenkin potentiaali muotoilun keinoin.

Ovatko raportin indikaattorit oikeita?

GDW:ssä on käytetty kulloinkin saatavilla olevia kansainvälisiä indikaattoreita. Ajattelen, että muotoilua ja sen vaikutuksia ei mitata kansallisella tai alueellisella tasolla erikseen, tai että muotoilulla olisi jokin oma mittari. Muotoilu on osa elimellisesti integroitua globaalia, kansallista tai alueellista talouden ekologista verkostoa, jossa eri tekijät ja vaikutukset ovat tiukasti riippuvaisia toisistaan ja sidoksissa toisiinsa. Tämä ei tietenkään tarkoita sitä, etteikö muotoilun vaikutuksia voitaisi arvioida, mutta kansallisella tasolla muotoilu on sidoksissa makrotalouteen ja makrotalouden indikaattoreihin.

'Taloudella' ei olisi mitään mitattavaa, jos ei olisi olemassa talouden toimintaverkostoa, jonka tuloksia voidaan mitata.

koko verkoston lukuja niin makro- kuin mikrotaloudessakin. Kansallisella tasolla on erilaisia indikaattoreita, joilla on moninaisia vaikutuksia. Kun arvioita tehdään, saadaan jonkinlainen tulos, jota sitten selitetään asiantuntijoiden voimin. Tuloksen uskottavuus riippuu paljolti siitä, kuinka hyvin se osataan selittää.

Yritystasolla muotoilun vaikutuksia voidaan tarkemmin arvioida tai mitata: systeemi-, prosessi-, projekti-, osa- tai tuotetasolla, tai esimerkiksi ominaisuus- tai elinkaariajatteluna.

Mikrotalouden vaikutukset liittyvät yksittäisiin yrityksiin ja yrityksen tuotteiden elinkaareen - miten voidaan tarkastella esimerkiksi muotoilun vaikutusta tuotteen elinkaareen tai markkinoille tuloon tms.

JAANA HYTÖNEN

Projektikoordinaattori, SEE Platform

Mikä on taideteollisuuden rooli vastaavissa raporteissa?

Taideteollisen muotoilun rooli tulee hyvin esille esimerkiksi luksustuotteissa. Euroopassa esimerkiksi Ranskan ja Italian kaltaisessa maassa muotoilusta saatava kansantuote tai vienti varmaan merkittävilta osin perustuu taideteolliseen muotoiluun verrattuna muotoilun kokonaistaloudellisiin hyötyihin. Tai Afrikka ja Intia, joissa tuotetaan ja valmistetaan (tuotetaan) käsittääkseni jonkin verran esimerkiksi eurooppalaisten suunnittelijoiden tuotteita, joita ei voida tuottaa Euroopassa tarpeeksi suuria volyymeja (käsityövaiheita tai käsityötä) siten, että tuotteen hinta pysyisi sen tuottoon nähden joissakin

Miltä tilanne näyttää nyt vuonna 2013?

Muotoilu on keino visualisoida ongelmia ja niiden mahdollisia ratkaisuja, sekä keino osallistua ja osallistuttaa ihmisiä sanomaan mielipiteensä asioista. Visualisointi on taas periaate ottaa demokraattisesti kantaa asioihin numeroiden ja termien ohessa. Kansainvälisesti verkottunut muotoiluyhteistyö ja -yhteisöt ovat tärkeitä, ja Suomi on niistä yksi edelläkävijäesimerkki: UIAH, TaiKin panokset kansallisessa muotoilupolitiikassa, kansainvälinen yhteistyö kuten Cumulus-verkosto, Aalto-yliopiston tai EDII-hankkeen kaltaiset ponnistukset muotoilun nostamisessa EU:ssa poliittiselle agendalle.

Muotoilu on yksi keino edistää vuoropuhelua ja yhdistää eri osapuolten välistä ymmärrystä kansainvälisesti, kansallisesti ja yhteiskunnallisesti. Muotoilun keskeisimpiä etuja ovat sen kyky yhdistää eri toimi- ja tutkimusaloja, järjestelmiä ja systeemeitä, prosesseja ja monialaista osaamista ratkaisuvaihtoehtoiksi kulloiseenkin ongelmaan = muotoilun kyky välittää, yhdistää tietoa ja soveltaa sitä; määritellä ja jalostaa (define problems, identifies options and delivers comprehensive solutions). Muotoiluun panostaminen ja muotoilupalveluiden hyödyntämisen lisääminen on hyvin ajankohtaista aikana, jolloin kaikessa pyritään säästämään. Muotoilu on investointi, joka tehostaa alueellista ja kansallisen tason toimintaa. Vuonna 2005 70% kansainvälisillä markkinoilla toimivista yrityksistä käytti muotoilua toiminnassaan ('Liiketoiminnan tavoitteet muotoilujohtamisessa'. Ruokonen et al. Muotoilun johtaminen. Johtamisen käsikirjat. Kaupalehti 2006).

Meillä on tehokkaat kansainväliset yhteydet sekä EU-yhteydet ja – verkostot, jotka toimivat sekä kansainvälisellä että EU-tasolla. Kansallisen ja aluetason tehostaminen on tärkeää, niin kuin myös kansallisen muotoilupolitiikan kohdistaminen pieniin ja keskisuihin yrityksiin. Samalla tavalla kuin Tekes-ohjelmissa on yrityksiä, jotka ovat muotoilun konkareita, pitäisi olla myös kehitysohjelmia, joissa edistyneet aluehallinnon konkarikeskukset välittävät muotoiluun liittyvää osaamistaan noviiseille. Meillä on keskuksia, joissa muotoilun hyödyntäminen on tehokasta ja toimii hyvin. Toimintaa pitää saada tehokkaammaksi muillakin alueilla kuin Helsinki, Metropolialue ja Lahti. Muotoiluohjelmat pitää kohdentaa ja hyödyntää tehokkaasti aluehallinnossa ja kunnissa.

LIITE 2: Finland update

Design has been at national agenda since The Finnish Innovation Fund Sitra was found at 1960's. A significant milestone at National Innovation Policy was the reform of the Finnish technology policy and the establishment of Tekes, the Finnish Funding Agency for Technology and Innovation, in the early 1980s, while Sitra was reassessed research and development fund and towards supporting venture capital activities in Finland.

Design was reasserted on the political agenda in Finland at the national design policy and research programmes (1999-2006). In 2008 design was written into the definition of innovation in the National Innovation Strategy and an essential part of the National Innovation System (NIS), based on a systemic approach aligning the business and policy sectors and their relevant activities at different levels. In order for design to boost the operating system, different sectors and actors need to cooperate both at the policy-making and delivery stages to engage stakeholders and implement the key concept of the 'borderless innovation policy'. The Innovation

University as Aalto University working title represents a practical example of design integration in the way the schools of Art and Design are integrated into the Schools of Engineering and Economy in 2008 as Aalto University.

In 2009, the Finnish NIS was evaluated by a team of national and international experts. A challenge that was marked out was the inclusion of creativity. Finland is expanding the scope of National Innovation Policy (Action plan 2012-2015, Action points 2011) to demand- and user-driven innovation. Finland is expanding the scope of National Innovation Policy to demand and user-driven innovation.

The Ministry of Employment and the Economy outlined an action plan and policy framework to implement Finland's National Innovation Strategy for 2010-2013 covering the action points promoting policy implementation in the private and public sectors, in cooperation with other ministries and a broad range of stakeholders, such as Tekes, VTT, the National Consumer Research Centre and local and

and regional authorities. Helsinki was designated the World Design Capital for the year 2012 on November 25th, 2009. The National Innovation Policy action plan introduced The World Design Capital project (2010-2012) as an opportunity for wider use of design thinking and piloting the service design methods in the renewal of public services. The project was managed by International Design Foundation.

Design is a factor deep-rooted in the urban lifestyle of Helsinki. Design is manifested in the everyday lives of Helsinki citizens in many ways, ranging from home furniture and items that represent old Finnish design traditions to modern urban solutions in the city and contemporary interior design.

The core idea of World Design Capital 2012 is Open Helsinki – Embedded Design in Life. Embedded Design extends the area of applicability of design from goods to services and systems, bringing the methods of design and the needs of users to planning from the beginning. The creative sector is re-shaping Helsinki's economy and enhancing the citizens' quality of life. Design seen

from a broad perspective – in city planning, architecture, industrial design and service design – plays an integral role in the development of Helsinki, city services and consumer products.

Since the Government's Design Policy Statement 15.6.2000 the current design policy is rearranging design at national as one of user-driven innovation tools a strategic tool for business and management purposes in services for example. The design policy update is coming out 23.3.2013

Jaana Hytönen

1 Saarela Pekka 'Design 2005!' Ministry of education, 1999. http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut/1999/muotoilu_2005?lang=fi&extra_locale=fi

2 Design 2005, the research programme Tekes (the Finnish Funding Agency for Technology and Innovation). <http://www.tekes.fi>

3 <http://www.tem.fi>, http://www.tem.fi/files/21010/National_Innovation_Strategy_March_2009.pdf

4 <http://www.tem.fi>, http://www.tem.fi/files/21010/National_Innovation_Strategy_March_2009.pdf, p.16.

5 <http://www.aalto.fi>

6 https://www.tem.fi/files/24929/InnoEvalFI_FULL_Report_28_Oct_2009.pdf

7 <http://www.tem.fi>

8 Designated by International Council of Societies of Industrial Design

9 <http://wdc2012helsinki.fi>

3.3 Pohdinta



Haastattelun ensimmäisessä kysymyksessä pohdimme piirteitä, jotka mahdollisesti yhdistävät ranking-listan kärjessä olevia maita. Koskinen nosti tärkeimpänä yhdistävänä tekijänä esiin maiden IPR-uskollisuuden sekä IPR-asoiden merkityksen innovaatiopolitiikan yhtenä kulmakivistä näissä maissa. Lisäksi näissä maissa tehdään lisensointien ja patenttien kautta todella paljon liiketoimintaa. Koska kaikki maat eivät kuitenkaan tunnusta tätä aineettomiin arvoihin perustuvaa IPR-mallia, Koskisen mielestä ei ole olemassa kestävää keinoa tehdä siitä globaalia sopimusta. Hänen mielestään ainoa vaihtoehto pitkällä aikavälillä on satsata Open Designin ansaintalogiikoiden ja liiketoimintamallien kehittämiseen.

Tämä lähestymistapa on myös minun mielestäni hyvä, sillä se tukee uudenlaista ja avointa suunnittelutapaa, jonka kautta kohteen tuotekehityksestä kiinnostuneet voivat saada käyttöönsä uusimman tiedon heti ja myös ilman asiantuntijuuden vaatimusta. Open Design-menetelmästä hienon tekee mielestäni se, että markkinoiden paine voi viedä tuotekehitystä eteenpäin, ja sen kautta lopputulokset ovat jatkuvan kehityksen alla. Radikaalisti hajautettu suunnittelutyö voi synnyttää onnistuessaan

innovaatioita, joiden syntymiseen ja kohteena olevan tuotteen suunnittelutyöhön on voinut osallistua kuka tahansa kohteen tarvitsijoista. Tämä voi mielestäni ohjata suunnittelua parhaassa tapauksessa myös kohti ekologisesti kestävämpiä ratkaisuja. Open Design tarvitsee varmasti tuekseen kansainvälistä ohjeistusta ja uudentyyppisiä toiminta-alustoja, jotta siitä voisi puolestaan tulla riittävän yleisesti käytetty ja hyväksyttävä globaali ilmiö.

Open Design-menetelmän ja sen merkityksen kouluttaminen tulisi mielestäni olla erityisasemassa osana laajempaa tavoitetta muotoilukirjallisuudessa ja muotoilutietouden lisäämisessä. Eurooppa toimii varmasti loistavana testialueena, sillä Euroopan maat näkevät muotoilun menestyksellisen innovaatiotoiminnan osana, ja EU-maiden suunnitelmissa korostuu usein kasvun luominen innovaatioiden avulla (Creadesign Oy 2012a, 2). Onnistuessaan tämä menetelmä (esim. yhteisen toiminta-alustan kautta) voisi lisätä Euroopan kilpailukykyä ja/tai sijoittajien mielenkiintoa Euroopassa tehtävää tuotekehitystä kohtaan. Esimerkiksi EU:n rahoittamissa projekteissa Open Designin-menetelmän hyödyntäminen voisi kuulua rahoituksen saamisen ehdoksi. Open Designin hyötyjä

Euroopan kilpailukyvyllä on esitelty myös Euroopan Design Leadership Boardin raportissa Design for Growth and Prosperity (2012).

Koskisen mielestä on selvää, että jos globaalia muotoilukatsausta halutaan jatkossakin julkaista, tulisi Kiina ja Intia ottaa ehdottomasti mukaan tarkasteluun. Monet Aasian maat näkevätkin muotoilun merkityksen kilpailukyvyllä ja hyvinvoinnille jo nyt ja ymmärtävät sen investointina. Koskisen esittämä näkemys on tärkeä, sillä kasvavien markkinoiden nähdään vaikuttavan muotoilumaailmassa tulevaisuudessa entistä vahvemmin (Emt., 2).

Ranking-listan maiden yhteyttä pohtivaan kysymykseeni Hytönen nostaa vastauksessaan selvästi esiin muotoilun eri vaikutusmahdollisuudet markkinoihin yritysten näkökulmasta, niin Suomessa kuin kansainvälisestikin. Erityisen kiinnostava oli Hytösen esittämä tieto siitä, että suomalaisyrityksille tehdyn kyselyn mukaan 70 % kansainvälisillä markkinoilla toimivista yrityksistä käytti muotoilua (MUOVA, 25). Tähän samaan keskusteluun on ottanut osaa myös suomalaisten innovaatio-organisaatioiden maailmanlaajuisesti toimiva verkosto FinNode mm. kysymällä uutises-

saan ”Unohtivatko suomalaiset pk-yritykset muotoilun?” (FinNode 2011). Samassa uutisessa Finpron palvelut-toimialan johtaja Irma Patala kommentoi asiaa näin:

”Suomalaisten yritysten teknologiaosaaminen on yhä nopeammin saavutettavissa tai kopioitavissa. Elämyksellisyyden ja käyttäjäkokemuksen luomaa asiakassuhdetta on vaikeaa kopioida ja korvata. Siksi investoinnit käyttäjälähtöiseen tuote- ja palvelusuunnitteluun ovat tärkeitä kestävä kilpailuedun luomiseksi. Kansainvälisille markkinoille pyrkivillä yrityksillä muotoilun merkitys korostuu” (Emt.)

Alalla käytävään keskusteluun viitaten voidaan siis olettaa, että Hytösen väittämä teollisuuden ja talouden lukuihin vaikuttavista suhdanteista sekä muotoilun vaikutuksen näkyvyys myydyissä tuotteissa pitää paikkansa

Hytösen mukaan muotoilulla saadaan paljon aikaan myös hitaan kasvun tai laman aikana. Olen Hytösen kanssa eri mieltä siitä, että hitaamman talouskehityksen aikaan yrityksillä olisi enemmän aikaa uusien tuotteiden, tuotantotapojen tms. kehittämiseen. Ajallisesti yrityksillä

Ajallisesti yrityksillä varmasti silloin onkin enemmän aikaa, mutta hitaamman talouskasvun aikana moni yritys luultavasti karsii tuotekehitystoiminnastaan tai ajautuu taloustilanteen pakottamana mahdollisesti muuttamaan jopa koko yrityksen tuote- tai palveluportfoliota. Lisäksi on syytä kysyä, ymmärretäänkö muotoilun merkitys erityisesti suomalaisissa pienissä ja keskisuurissa yrityksissä panostuksena tulevaisuuteen, ja nauttiiko muotoilu tai muotoilija näin vahvaa strategista ohjausvaltaa hitaan talouskasvun aikana?

Positiivista on havaita, että designin merkitys yrityksissä on kasvussa, mikäli uskomme Suomalaisen Työn Liiton tutkimusta suomalaisesta designista. Tutkimuksessa yli puolet vastaajista ilmoitti, että designin merkitys tulee kasvamaan seuraavan kahden vuoden aikana (Suomalaisen Työn Liitto 2012a, 29). Tosin samainen tutkimus kuitenkin osoittaa, että design jää yrityksissä vielä luvattoman usein ydinliiketoimintojen varjoon. Valtaosaltaan yritykset pitävät edelleen tärkeimpinä kilpailuetuina laatua, toimintavarmuutta, myyntiä, hinnoittelua, markkinointia, logistiikkaa ja brändiä. Vasta näiden jälkeen tulee muotoilu

(Suomalaisen Työn Liitto 2012b). Molemmat haastateltavat nostivat haastatteluissa esiin muotoilun mitattavuuden vaikeuden. Koskinen piti Global Design Watch 2010-raportin tarkastelemissa indikaattoreita oikeasuuntaisina, sillä muotoilu on hänen mielestään sisällä useammassa kuin yhdessä raportin indikaattoreista ja siten vaikeasti sieltä irrotettavissa. Koskinen kuitenkin arveli, että muotoilun rahallisen arvon suuruutta ei ole esimerkiksi Suomen uudessa muotoilustrategian luonnoksessa (Muotoile Suomi) esitetty, koska ei ole olemassa yhteisymmärrystä siitä, kuinka se laskettaisiin. Sen sijaan Muotoile Suomi-raportin luonnoksessa on esitetty patenttien ja IPR-lisensiointien osuus bruttokansantuotteesta sekä sen kasvu. Hytönen taas näki, että muotoilua ja sen vaikutuksia ei mitata kansallisella tai alueellisella tasolla erikseen, ts. että muotoilulla olisi jokin oma mittari. Muotoilu on hänen mielestään osa elimellisesti integroitua globaalia, kansallista tai alueellista talouden ekologista verkostoa, jossa eri tekijät ja vaikutukset ovat tiukasti riippuvaisia toisistaan ja sidoksissa toisiinsa. Yritystasolla muotoilun vaikutuksia voidaan hänen mielestään kuitenkin tarkemmin arvioida tai mitata, esimerkiksi systeemi-, prosessi-, projekti-,

osa- tai tuotetasolla, tai esimerkiksi ominaisuus- tai elinkaariajatteluna.

Koskinen toi esiin, että Euroopan komissio (tässä tarkoitetaan samaa osastoa kuin Design for Growth and Prosperity -kirjan teettäjä) rahoittaa tällä hetkellä kuutta sellaista projektia, jossa kehitetään työkaluja ja erilaisia mittaamenetelmiä, joiden tarkoitus on muotoiluinnovaatiotyökalujen kehittäminen sekä indikaattoreiden rakentaminen ja joilla toimintaa seurataan.

Tähän muotoilun parempaan mittaamiseen on Suomessa tarttunut Suomen Muotoilutoimistojen ja Aalto-yliopiston toteuttama Design ROI-tutkimushanke. 09/2011–09/2012 välillä toteutetun hankkeen tarkoituksena on ollut kehittää malli sekä mittaristo muotoiluinvestointien hyötyjen mittaamiseen. Vaikka muotoiluun käytettyjen investointien vaikutuksia on tutkittu laajasti niin kansainvälisten muotoilun etujärjestöjen, muotoilua käyttävien yritysten kuin muotoilua opettavien yliopistojenkin toimesta, aikaisemmista tutkimuksista huolimatta täysin yleispäteviä malleja tai mittareita muotoilun hyötyjen mittaamiseen ei ole löydetty (Design ROI tutkimusprojekti 2012a, 4).

Olisi tietenkin hyödyllistä, jos meillä olisi kansainvälisesti yhteismitallinen työkalu yrityksille ja muotoilutoimistoille muotoilun rahallisten vaikutusten mittaamiseen ja ennustamiseen. Design ROI -tutkimusprojektin mukaan muotoilun mitattavuus onkin mitä laajimmissa määrin liiketaloudellisen menestyksen kulmakivi, jota ovat kaivanneet niin elinkeinoelämä, muotoilutoimistot kuin julkinen sektori. (Design ROI-tutkimusprojekti 2012b). Jos muotoilun mitattavuus nähdään liiketalouden menestyksen kulmakivenä, voidaan olettaa, että muotoilulla itsellään on strateginen merkitys yrityksessä, ja muotoiluun liittyvät projektit nähdään silloin osana strategista päätöksentekoa yrityksessä. Kuten jo aiemmin olen todennut, ei ole itsestään selvää olettaa, että suomalaiset yritykset (keskimäärin) näkisivät muotoilun roolin todella näin vahvana kilpailutekijänä. On kiinnostavaa nähdä, mihin tilanne muuttuu vai muuttuuko, jos muotoiluinvestointien mitattavuus paranee esim. Design ROI – tutkimushankkeen kehittämän työkalun avulla ja miten yritykset ns. löytävät tiensä työkalun luo ja ottavat sen aktiivisesti käyttöön.

Taideteollisuuden muotoilun roolin osalta molemmat haastateltavat nostivat esiin

luksustuotteet ja niiden markkinat Euroopassa, erityisesti Italian ja Ranskan kaltaisissa maissa. Koskinen nosti esiin myös näkökulman, jossa luksustuotteet voidaan nähdä edustavan kestävämpää kulutusta. Molemmat nostivat esiin myös crafts-kentän merkittävyyden kansantuotteen ja viennin näkökulmasta; Koskinen näki mahdollisuuden säilyttää tai osin jopa palauttaa Euroopasta pois luisuneen teollisuuden omistusta takaisin. Päätelen tästä, että myös Suomessa taideteollisuutta kannattaa valtiotasolla käsitellä omana toimialanaan, kun käymme keskustelua muotoilun hyödyntämisestä kansallisen kilpailukyvn edistämiseksi. Näistä taideteollisuutta käsitelleistä vastauksista haluaisin nostaa esiin myös brändäyksen merkityksen. Juuri tuotteiden brändäyksessä meillä taideteollisen alan toimijoilla olisi vielä paljon opittavaa Suomessa (ehkä muotia lukuun ottamatta). Tarvitsisimme lisää markkinoinnin koulutusta ja ymmärrystä, sekä alalla yleisesti hyväksyttävää toimintaa brändätä taideteollisuusalan tuotteet myös Suomessa kuten esim. Koskinen nostama LVMH-konsernin esimerkki Ranskasta.

Haastattelun viimeinen kysymys pureutui tulevaisuudennäkymiin Suomessa ja ver-

rokkimaissa. Olen Koskisen kanssa samaa mieltä siitä, että co-designin menetelmät tulisi ottaa käyttöön monitieteisten tutkijatiimien yhteistyön tehostamiseksi ja että muotoilu voisi olla siten osana prosessin hallintaa tai osana tuotteen tai palvelun kehitystä.

Molemmat haastateltavat nostivat esiin, että pienet yritykset pitäisi saada tehokkaammin hyödyntämään muotoilua. En osaa vielä tässä vaiheessa sanoa, tarjoaako Suomen uusi muotoilustrategia (Muotoile Suomi) tähän käytännön toimenpide-ehdotuksia, mutta luulen, että asian edistämiseksi vaadittaisiin valtion tukea tai kannusteita esim. muotoilijoiden palkkaamiseksi pieniin yrityksiin. En myöskään löytänyt tietoa siitä, onko esitetty lakimuutos yritysten muotoiluinvestointien käsittelemisestä t&k- investointeina mennyt läpi ja astunut voimaan (Ornamo 2012, 4).

Hytönen nostaa tulevaisuutta käsittelevässä katsauksessa myös esiin maamme alueellisesti epätasaisesti jakaantuneen osaamisen ja muotoilun hyödyntämissen tehokkaasti. Toimintaa pitää saada tehokkaammaksi muillakin alueilla kuin Helsinki, Metropolialue ja Lahti. Muotoiluohjelmat pitää kohdentaa ja hyödyntää tehokkaasti aluehallinnossa ja kunnissa.

Muotoilutoimistojen alueellisuutta on selitetty verkostoitumisen tarpeella. Sijoittuminen maantieteellisesti lähekkäin tuo monia verkostoetuja muotoilutoimistoille, joiden nähdään olevan suurempia kuin kilpailun tuomat mittatappiot pidemmällä aikavälillä. Muotoilualan projektiluontoisuuden takia yhteydet muihin alan toimijoihin on välttämätöntä ja alueellinen läheisyys alentaa transaktiokustannuksia (Alanen 2007).

Koskinen neljänneksi nostama tulevaisuuden teema julkisen sektorin palvelutuotantorakenteiden uudistamisesta ja palvelumuotoilun hyödyntämisestä sen rakentumisessa on myös tärkeä kysymys. Uskon, että luova ajattelu auttaa näkemään uusia mahdollisuuksia tämän ongelman ratkaisussa. Aivan uusi ajatus tämä ei ole, ja palvelumuotoilun edelläkävijät ovatkin jo työskennelleet palvelujen tuotannon uudistamiseksi pidemmän ajan ja esimerkiksi lontoalaisessa Thinkpublic-toimistossa on kehitetty uusia palveluja sosiaali- ja terveydenhuoltoon, vapaaehtoistoimintaan ja koulutukseen (Miettinen 2010).

Uhkana Suomessa tällä sektorilla nähdään kuitenkin hankintapäätösten tekijöiden vähäinen ymmärrys muotoilun

hyödyntämisen mahdollisuuksista (Creadesign Oy 2012, 2).

Tätä opinnäytettä tehdessä avoimeksi jää se, miten Muotoile Suomi-raportin mahdolliset toimenpide-ehdotukset viedään käytännön tasolle. Suomesta puuttuu esim. kokonaan muotoilijoiden ammattiliitto, joka voisi lobata näitä asioita ns. riittävän korkealle tasolle päätöksentekoeleimissä. Kuten Koskinen mainitsi, tämän hetken edelläkävijämaan Britannian parlamentti on kutsunut European Design Leadership Boardin jäsenen kertomaan heille Design for Growth and Prosperity-raportin toimenpide-ehdotuksista ja tekee nyt prioriteettilistaa toimenpiteistä. Britannia on varannut myös huomattavia summia tämän toimenpideohjelman toimeenpanoa varten.

4 LOPUKSI

Olen tässä opinnäytteessä käsitellyt muotoilun vaikutuksia kansantalouksien keskinäisessä kilpailussa, sekä tarkastellut valtiotasolla erilaisia luovien alojen edistämiseen tähtääviä muotoilupoliittisia ohjelmia ja niiden roolia, järjestäytymistä ja rahoitusta valtion sisällä.

Aihetta on käsitelty Innovaatiokeskus Designiumille tilaustutkimuksena toteutetussa raportissa Global Design Watch 2010 sekä Diskussio – luvussa, jossa opinnäytteen teemoja ja raportin tuloksia on peilattu vuoden 2013 tilanteeseen kahden asiantuntijahaastattelun ja pohdintaosuuden kautta. Opinnäytteesäni olen kuvannut myös Global Design Watch 2010 –raportin tekoa raportin tutkijan näkökulmasta, sekä esitellyt siihen liittyneet työvaiheet ja tiedonkeruumenetelmät.

Global Design Watch 2010 -raportin ensimmäisessä osassa olen tarkastellut valtioiden muotoilupoliittisia ohjelmia sekä niiden rahoitusta. Olen koonnut kaikki raportin ensimmäisessä osassa esitellyt tiedot ensisijaisesti valtioiden virallisilta (julkisilta) verkkosivuilta. Olen pyrkinyt

löytämään ajankohtaisimman tiedon esimerkiksi maiden eri ministeriöiden, ammattiyhdistysten, ammattiliittojen, muotoilun eri toimijoiden ja valtiollisten toimijoiden (esim. muotoilun ohjausryhmät ja hallitukset) sivuilta. Lisäksi olen etsinyt tietoa ajankohtaisista muotoilua ja kilpailukykyä käsittelevistä raporteista ja koko EU-tasolla oimivien tahojen verkkosivuilta.

Useimmissa maissa muotoiluohjelmia johdetaan eri valtiollisten elinten kautta. Jotkut muotoiluohjelmien osa-alueet voivat olla esimerkiksi kulttuuria, taidetta tai mediaa hallinnoivien ministeriöiden alaisuudessa. Toisaalta monet muotoilua koskevat hankkeet ja ohjelmat taas toimivat maan teollisuutta, innovaatiotoimintaa tai teknologiaa edistävien ministeriöiden ohjausvallassa. Monessa maassa muotoilun edistämisen ja tukemisen mandaatti on annettu myös tietyille toimijalle (kuten Design Boardille).

Maissa on selvästi erotettavissa myös valtiotasolla ja alueellisella tasolla toimivia yhteisöjä ja organisaatioita, jotka maasta riippuen voivat myös toimia valtionrahoitteisesti muotoilun edistämiseksi.

Kaikissa maissa muotoilun edistämistä ei tehdä valtiotasolla, vaan keskeisimmät toimijat löytyvät esimerkiksi ammattiyhdistysten piiristä, jotka toteuttavat samankaltaisia tehtäviä kuin valtion alaiset toimijat toisissa maissa. Yleisesti voidaan todeta, että tilastoitua tietoa muotoilun erilaisista ohjelmista tai hankkeista ei ole laajasti kerätty. Global Design Watch 2010 -raportin toisen osan lähtökohtana toimi World Economic Forumin kasvukilpailukykyindeksi. Kasvukilpailuindeksi pyrkii mittaamaan valtion kykyä kasvattaa reaalista henkeä kohden laskettua kansantuloaan 5-10 vuoden tähtäimellä. GDW –raportissa on poimittu kasvukykyindeksin pohjalta luovan kilpailukyvyyn indeksin listaus, jossa on otettu huomioon seuraavat osa-alueet: yrityksen investoinnit tutkimus- ja kehitystoimintaan (T&K), kilpailukyvyyn luonne, sijointi arvoketjussa, kyky innovoida, tuotantoprosessien kehittyneisyys, markkinoinnin laajuus, asiakaslähtöisyyden aste, brändäyksen aste sekä tuotemuotoilun yksilöllisyys.

Global Design Watch 2010 -raportin kolmannessa osiossa on tarkasteltiin

tilannetta Suomessa vuonna 2010. Aineisto tähän osaan on kerätty Tekniikan akateemisten (TEK) tilaamasta TEKbaro -julkaisusta (2010). Lisäksi kolmanteen osaan liitettiin SEE Platform -projektin projektikoordinaattori Jaana Hytösen pohdinta Suomen ajankohtaisesta tilanteesta vuonna 2010.

Global Design Watch 2010 -raportin johtopäätökset osoittavat, että kasvukilpailukykyindeksin ja luovuuskilpailukykyindeksin välillä on voimakas korrelaatio, ja että maiden kasvukilpailukyky on kytköissä niiden muotoilupanostuksiin. Raportin pohdinta osuudessa nostetaan esiin, että muotoilun vaikutuksen arviointia vaikeuttaa vakiintuneiden määritelmien puute muotoilutoimialalla.

Opinnäytteen Diskussio 2013 – luvun haastatteluiden ja sitä pohtivan osuuden kautta selvisi, että muotoilu on myös yksi merkittävimpiä yrityskasvun lähteitä ja sillä tulisi olla merkittävä rooli yritysten tuotekehitys- ja innovaatiotoiminnassa. Menestyksellinen muotoilun hyödyntäminen tuotekehityksessä edellyttää kuitenkin sitä, että muotoiluosaaminen kytkettäisi

mukaan mahdollisimman aikaisessa vaiheessa.

Haastatteluiden nousi esiin, että teollisuuden ja talouden lukuihin vaikuttavat suhdanteet sekä muotoilun vaikutus näkyvät myydyissä tuotteissa. Muotoilulla voikin olla erilaisia tehtäviä erilaisina aikoina, ja muotoilun vaikutusmahdollisuudet markkinoihin ovat laajat. Muotoilu voi olla esimerkiksi keino edistää vuoropuhelua ja yhdistää eri osapuolten välistä ymmärrystä kansainvälisesti, kansallisesti ja yhteiskunnallisesti. Muotoilun keskeisimpiä etuja ovat sen kyky yhdistää eri toimi- ja tutkimusaloja, järjestelmiä ja systeemeitä, prosesseja ja monialaista osaamista ratkaisuvaihtoehdoiksi kulloiseenkin ongelmaan. Muotoilun voidaankin nähdä kykenä välittää, yhdistää tietoa ja soveltaa sitä.

Molemmat haastateltavat nostivat esiin, että Suomessa pienet yritykset pitäisi saada tehokkaammin hyödyntämään muotoilua Suomessa. Haasteena tässä on kuitenkin se, että Suomessa muotoilu jää vielä yrityksissä ydinliiketoimintojen varjoon. Muotoilun vielä heikkoon

strategiseen asemaan yrityksissä vaikuttaa myös muotoilun mitattavuuden vaikeus.

Taideteollisuuden muotoilun roolin osalta haastateltavat nostivat crafts-kentän merkittävyyden esiin kansantuotteen ja viennin näkökulmasta. Haastatteluiden pohjalta voidaankin olettaa, että Suomessa taideteollisuutta kannattaa valtiotasolla käsitellä omana toimialanaan, kun käymme keskustelua muotoilun hyödyntämisestä kansallisen kilpailukyyn edistämiseksi.

Toivon Global Design Watch 2010 -opinnäytteeni antavan eväitä jatkotutkimukselle aiheesta kiinnostuneille. Lisäksi toivon opinnäytteeni tarjoavan parempaa ymmärrystä muotoilun vaikutuksista kansantalouksien keskinäisessä kilpailussa sekä valtiollisten muotoiluohjelmien roolista, järjestäytymistä ja rahoituksesta näistä aiheista kiinnostuneille.

5 LÄHTEET

SÄHKÖISET LÄHTEET

Alanen Aku 2007: Muotoilupalvelujen verkostokylä sijaitsee Etelä-Helsingissä. Tilastokeskuksen verkossa julkaistu artikkeli.
http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-07-12_002.html (viitattu 23.2.2013)

Creadesign Oy 2012: Kansallisen muotoiluohjelman valmistelu, Slideshare esitys
http://www.slideshare.net/TEM_esitykset/muotoiluohjelman-visiovaiheen-yhteenvedo19062012 (viitattu 20.2.2013)

Design ROI tutkimusprojekti 2012a: Design ROI, raportin Slideshare esitys
<http://issuu.com/anttipitkanen/docs/designroi-mittattavaamuotoilua> (viitattu 21.2.2013)

Design ROI tutkimusprojekti 2012b: Suomesta tehdään designin mittaamisen kärkimaata lehdistötiedote
25.10.2012 http://www.designroi.fi/Press/DROI_Lehdistotiedote.pdf (viitattu 21.2.2013)

EUROPEAN DESIGN INNOVATION INITIATIVE 2012: Design for Growth and Prosperity - Report and Recommendations of the European Design Leadership Board
http://europeandesigninnovation.eu/wp-content/uploads/2012/09/Design_for_Growth_and_Prospersity_.pdf (viitattu 25.2.2013)

EUROPA: Designed for growth: Design to push innovation, press release
http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-12-673_en.htm (viitattu 26.2.2013)
FinNode, Unohtivatko suomalaiset pk-yritykset muotoilun? FinNoden uutinen 25.11.2011 http://www.finnode.fi/ajankohtaista/uutiset/?114_m=600 (viitattu 20.2.2013)

INTERREG IVC : julkiset verkkosivut
<http://www.interreg4c.net/> (viitattu 19.2.2013)

Miettinen Satu 2010: Palvelumuotoilulla parannetaan yhteiskuntaa, SlideShareen kopioitu kirjoitus hs.fi palvelussa, 18.8.2010 <http://www.slideshare.net/samietti/palvelumuotoilulla-parannetaan-yhteiskuntaa> (Viitattu 25.2.2013)

Muova, MUSA-hankkeen loppuraportti (2005)
http://www.muova.fi/documents/key20130225193806/Raportti%20ja%20julkaisut/MUSA_loppuraportti_2005.pdf (viitattu 25.2.2013)

Ornamo 2012: Ornamon jäsenlehti 4/2012
http://www.finnishdesigners.fi/data/OTLY/otly_4_12.pdf (viitattu 25.2.2013)

Suomalaisen työn liitto 2012a: Tutkimus suomalaisesta designista
http://www.avainlippu.fi/sites/default/files/article_attachment/design-tutkimus_loppuraportti.pdf (viitattu 22.2.2013)

Suomalaisen työn liitto 2012b: Suomalaisen työn liiton julkiset verkkosivut
<http://www.avainlippu.fi/julkaisut-ja-tutkimukset/tutkimus-mita-design-merkitsee-yrityksille> (viitattu 22.2.2013)

The SEE Platform, julkiset verkkosivut
<http://www.seeplatform.eu/aboutsee> (viitattu 19.2.2013)

JULKAISEMATTOMAT AINEISTOT

HAASTATTELUT

Koskinen, T. 2013. Head of Infrastructures. Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu. 17.2.2013

Hytönen, J. 2013. Project Coordinator. SEE Platform Project. 12.2–25.2.2013

LIITE 1

Global Design Watch 2010 -

Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions

Global Design Watch 2010

DESIGNIUM - Centre for Innovation in Design ®

Immonen, Järvinen, Nieminen



Global Design Watch 2010

Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions

Global Design Watch 2010

Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions.

The aim of this survey is to examine and compare public and/or political innovation programmes from Finland, and various other countries and regions, in order to evaluate how creativity, creative industries (CI), such as design, is utilized.

In addition, this survey examines how creative potential is in evidence in leading industrial companies and more generally, in the national competitiveness.

This is the fourth time that Designium examined national design policies of countries selected for this study.

Designium's surveys in 2003, 2006 and 2008 aimed at laying a foundation for long-term evaluation and analysis of the development of national design policy and design promotion programmes.

Global Design Watch 2010 report examines the current situation and compares it to the situation in 2008. The factors in this survey examined the main objectives and implementation of national design programmes, the measures used for promoting national design, and the organisations they are targeted at.

Global Design Watch 2010 is published by DESIGNIUM - Centre for Innovation in Design

Aalto University
School of Art and Design
PO Box 31000 FI-00076 Aalto, Finland
www.aalto.fi

Researcher: Henna Immonen
Editor-in-Chief: Eija Nieminen
Project Manager: Juha Järvinen
Graphical Designer: Henna Immonen

Copyright © 2011 DESIGNIUM - Centre for Innovation in Design.
DESIGNIUM - Centre for Innovation in Design is a registered trade mark.

Cooperation: SEE project, <http://www.seeproject.org/>

Contents

EXECUTIVE SUMMARY	04
1 PREMISES	05
2 GOALS	05
3 RESULTS	05
3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND STRATEGIES FOR DESIGN PROMOTION.....	05
TABLE 3.1 National Design Programme and Promotion	06
3.2 CREATIVITY COMPETITIVENESS RANKING.....	17
3.3 DESIGN COMPETITIVENESS RANKING COMPONENTS.....	18
TABLE 3.2 Top 20 of Growth Competitiveness Index Ranking, Creativity Competitiveness Ranking 2010 and Design Competitiveness Ranking Indexes 2007	19
TABLE 3.3 Creativity Competitiveness ranking components	20
TABLE 3.4: National Competitiveness and Creativity Competitiveness Ranking	22
TABLE 3.5: Creativity Competitiveness Ranking 2010, competitiveness ranking 2002- 2010.....	23
3.4. Closing words.....	24
4 PROGRESS TOWARDS A KNOWLEDGE -VALUE SOCIETY.....	25
4.1 THE BAROMETER INDICATORS.....	25
TABLE 4.1: Profiles of sample countries on their transition from an information society to a knowledge society and sustainable development.....	26
4.2 APPLICATION OF THE KNOWLEDGE.....	27
TABLE 4.2: The share of SME companies engaged in innovation activities of the total number of SME companies, excluding micro-sized enterprises, percentage (Community Innovation Surveys CIS 2004 and 2006, Eurostat)	27
TABLE 4.3: The share of SME companies engaged in innovation activities of the total number of SME companies, percentage (Community Innovation Surveys CIS 2004 and 2006, Eurostat).....	28
TABLE 4.4: The proportional ratings of the countries being compared in the application of new knowledge, measured by the SME companies' share of public-funded research projects in the business enterprise sector, the share of companies producing their own innovations from all companies, and the share of SME companies participating in innovation cooperation from all SME companies.....	28
CLOSING WORDS.....	24
5 DISCUSSION: Finland.....	29
5.1 FINLAND - Progress towards a knowledge-value society.....	30
TABLE 5.1: Finland's strengths and weaknesses in comparison to the reference group countries.....	31
6 APPENDIX.....	32
6.1 SOURCES: National and regional programmes and design promotion.....	32
6.2. SOURCES: Other references.....	34



EXECUTIVE SUMMARY

The survey is divided into three parts. The first section examines the National Design Programmes and Strategies for Design Promotion. At the second section, we have sought a combination of design-related indexes from the WEF report and drawn up a design competitiveness ranking on that basis. In this survey, we have added the third section, which addressed with the situation in Finland.

First part of the survey provides an initial comparison of nations based on available data from public sources on the Internet. We have tried to find the newest data available in the year 2010, and wherever it was possible, the data has been sourced from the relevant national bodies' and EU's webpages and recent surveys. Specific statistics about design programmes were in some cases hard to find and one can say that information is rarely collected in many countries. In most nations, design programmes are run by different government bodies. Different aspects of Design programmes are normally under

different government departments (e.g. departments related to culture, media or arts). Some aspects of design promotion and implementation of the programme can also be under departments of industry, technology or innovation. Some countries have an official body to promote Design in regional or even on national level. In some countries, professional associations have similar responsibilities and ambitions as national bodies in other countries.

At the second section, we have sought a combination of design-related indexes from the WEF report. In 2002, the New Zealand Institute of Economic Research (NZIER) published a study called "Building a case for added value through design" with a design ranking drawn up using indicators from the World Economic Forum's Global Competitiveness Report. According to the NZIER report, the competitiveness of design is based upon the use of design by businesses and upon the maximization of economic performance. The 2002 NZIER design ranking included

the indexes Extent of branding and Uniqueness of product design listed by the WEF.

However, uniqueness of product design was dropped from the list after the 2001/2002 competitiveness report and extent of branding was last included in the WEF report to 2004/2005.

Compared with the original ranking list of New Zealand, we have included design-related indexes on a broader front in the 2006 survey. The purpose of the new ranking is to take into account also the impact of immaterial spending on design competitiveness.

The seven selected indexes (The company spending on research and development, Nature of competitive advantage, Value chain presence, Capacity for innovation, Production process sophistication, Extent of marketing and Degree of customer orientation) measure the elements of competitiveness on a broader scale: the status of production processes, the effects of product design, marke-

ting and after sales services on the international competitiveness of export companies and their placement in the value chain. We have used the same indexes in the present survey and the survey 2008.

In the survey, we have compared the national competitiveness of leading countries against their design ranking to show the correlation between national competitiveness and level of design. We have also compared the national competitiveness of leading countries against their design ranking to show the correlation between the national competitiveness and level of creativity.

The aim of the third section is to analyze the profitability of contents, practical measures, and actors in Finland.

1. PREMISES

GDW 2010

This report looks at design policies and programmes of countries selected for this study. The principal objective of the study was to compare the effects of national design programmes on national competitiveness in the design sector. In 2002 the New Zealand Institute of Economic Research (NZIER) published a study called Building a case for added value through design¹ with a design ranking drawn up using indicators from the World Economic Forum's Global Competitiveness Report². According to the NZIER report, the competitiveness of design is based upon the use of design by businesses and upon the maximisation of economic performance.

2. GOALS

GDW 2010

The previous report³ by Designium on national design programmes was published in 2008. The present report covers all the countries included in the previous report, and **Belgium, France, Spain and Switzerland as a new.**

The aim is to monitor the design policies of these countries and the strategic content of the programmes, drawing up design competitiveness rankings using selected indicators at intervals of a few years.

3. RESULTS

GDW 2010

The data for this report on national design programmes and design promotion was gathered from public sources on the Internet.

For this and the previous reports in 2006 and 2008, we at Designium have sought a new combination of design-related indexes from the WEF report and drawn up a design competitiveness ranking on that basis. Design Competitiveness Ranking 2010 is based on an average of seven design competitiveness related indexes.

1 Building a case for added value through design, NZ Institute of Economic Research 2003

2 World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2001/2002

3 Global Design Watch 2008

4 <http://www.seeproject.org/>

3.1 National Design Programmes and Strategies for Design Promotion

This is the fourth time that Designium examined national design policies. Designium's reports in 2003, 2006 and 2008 aimed at laying a foundation for long-term evaluation and analysis of the development of national design policy and design promotion

programmes. The next table displays emphasis on five different aspects of national design programmes in selected countries in alphabetical order. The aspects are (1) scope of promotion, (2) funding of design policy and promotion programmes, (3) main

objectives (4) implementation, (5) related facts and figures and (6) main actors programmes.

TABLE 3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND PROMOTION

	COUNTRY/FOCUS	FUNDING / APPROPRIATION	MAIN OBJECTIVES	IMPLEMENTATION	RELATED FACTS & FIGURES	MAIN ACTORS
AUSTRALIA	+ National and regional promotion of design	Government Victoria state/ State Councils	Standards Australia - Promoter of excellence in design, innovation and product assessment through design awards and other design promotion initiatives	Standards Australia Australian International Design Awards	- Estimated 350 industrial design companies in Australia - Around 50 000 Australian businesses are involved in art, advertising and architecture - Up to 1900 associated designers - Contemporary designers include architects and interior designers, graphic artists and web developers, jewellers, industrial designers, fashion designers, furniture makers and textile artists.	“In the absence of a national design body, the Australian International Design Awards is responsible for raising design and innovation awareness in the country... Developments towards a national design policy are in their early stages, led by the Australian Design Alliance, a collective body of various design organisations. At the state level, the Victorian government has invested over AU\$25 million in design initiatives since 2002 and Queensland has also recently launched its design strategy. Part of these state government initiatives is Design Victoria, delivered by RMIT University, which strives to foster innovation and design in industry, improve design sector skills and expand the market for design and designers.” ¹
	+ Regional design programmes	Standards Australia	- National design promotion initiative established including implementation of a national and international design promotion website focused on promoting Australian design nationally and internationally			
	+ Standards Australia (promote excellence in design and innovation through the Australian International Design Awards)					
BELGIUM	+ Design Vlaanderen (Design Flanders)	Belgium's government (Ministry of Economy)	- To promote design as added value for economy - To promote designers in Flanders and abroad - To promote design as management instrument for companies	- Design Flanders organises fairs, competitions, exhibitions, studies and workshops - International cooperations (for.ex. WCC Europe) - European projects (for.ex. SEE-project) - Advice, Documentation centre, Magazine - Belgian Design Club	- Around 500 design graduates annually - 11,000 design industry jobs, with a further 220,000 that can be described as design-related. - Flanders: *12,000 design businesses. The turnover of these businesses is almost €16bn.	Design in Belgium is supported and promoted by Design Flanders. Vlaanderen (Design Flanders) is Belgium's government-funded design organisation, with a remit to promote design in business and public life, and support designers. Design Organisation is under the authority of the Flemish Minister of Economy ¹ .

TABLE 3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND PROMOTION

	COUNTRY/FOCUS	FUNDING / APPROPRIATION	MAIN OBJECTIVES	IMPLEMENTATION	RELATED FACTS & FIGURES	MAIN ACTORS
DENMARK	+Design Denmark, 2007 - Collaboration between: * Ministry of Economic and Business Affairs * Danish Design Centre * Danish Patent and Trademark Office * Ministry of Culture * Ministry of education * Ministry of Science, Technology and Innovation * Danish Trade Council Ministry of foreign Affairs * Commission of Danish Design Promotion	Government Firms	- To generate growth in the design industry - Boost growth in the rest of the corporate sector - To be restored to the international design elite: * A better functioning market for design services * Commercially oriented and international design competencies * Better international use of design	Initiative: 1. Danish Design Centre activities to be made industry-specific and regionalise 2. Design public sector services 3. Development of Danish fashion zones 4. Rights protection, including design, patent and trademark rights 5. Commercial and international orientation of further education design study programmes 6. The commercially orientated education design study programme must be able to match the best counterparts abroad and meet corporate sector demand 7. Boost competencies of qualified designers in the workforce 8. International design week and travelling exhibitions 9. Strengthened internationalisation of Danish design	- Annual Design Graduates 450 - Number of Design Firms: approximately 5 000 (graphic design 32%, product design 26%) - State cultural expenditure: by sector, in million DKK, 2009: Direct expenditure (state) Architecture and design 434.6 - Public investment in design (2007) * Total Investments US \$ M 2007 prices 2.25 - WIPO design registrations: Total number 1,166 (2002) - WIPO registrations 10,042 (2002)	“The most recent policy initiative was in 2007, with the launch of the publication Design Denmark by the Danish government. The primary objectives articulated were to generate growth in the design industry and to make better use of design to encourage growth in the wider business sector. This ambition is underwritten by an explicit vision from the government for ‘Denmark to be restored to the international design elite’ and for Denmark to be ‘amongst the world’s best nations at applying design in the development of products and services’. The policy is the result of a collaboration between four ministries: culture, business, education and research.”
ESTONIA	+National design policy +“Estonia – design country? Proposals for the development of applied design in Estonia” +Second round of this policy document is under work. By the end of the year 2010 an action plan for design in Estonia will be launched by the Ministry of Economic Affairs and Communications.	Government (proposal prepared by Danish Ministry of Economic and Business Affairs)	Developing the design sector to strengthen the competitiveness of businesses and the economy and to improve the quality of life	- Estonian Design Information Centre - Department of Development in the Estonian Academy of Arts - Estonian Design Centre (non-profit organisation . The centre was founded by the Estonian Art Academy, Tallinn University of Technology, Estonian Association of Designers and Estonian Institute of Design) - 2007 was the Year of Design and offered public programmes, awards and exhibitions	- The Law proposal aims to regulate the space design in and around public buildings and engage artists in these activities. According to the law proposal, one per cent of investments made for new public buildings should be earmarked for objects of art or interior design.	National design policy. A report on design was launched in 2004 by the Ministry of Economics and Communication, and it has been followed by the creation of a working group on culture industries at the Ministry of Culture, with participation from different experts and stakeholders. Second round of design policy document is under work. By the end of the year 2010 an action plan for design in Estonia will be launched by the Ministry of Economic Affairs and Communications.

TABLE 3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND PROMOTION

	COUNTRY/FOCUS	FUNDING / APPROPRIATION	MAIN OBJECTIVES	IMPLEMENTATION	FACTS & FIGURES	MAIN ACTORS
FINLAND	<p>+ In 2008, design was written into the definition of innovation in the National Innovation Strategy and is emerging as a component of the National Innovation System(NIS).</p> <p>+ In 2009, the Finnish NIS was evaluated by a team of national and international experts.</p> <p>+ Finland is expanding the scope of National Innovation Policy (action plan 2012-2015,-points 2011) to demand- and user-driven innovation.</p>	Government, national institutions, businesses	<ul style="list-style-type: none"> - To improve competitiveness by raising the standard of design education and research - To safeguard the sustainability of research - To invest in the internationalisation and structural change of design consultancies and strengthening of the design business sector - To develop design communications - To monitor the development of design system 	<ul style="list-style-type: none"> - As part of the implementation of Finland's National Innovation Strategy, the Ministry of Employment and the Economy has outlined an action plan and policy framework. The action plan running through the years 2010 - 2013 covers the action points that promote policy implementation in the private and public sectors. - The International Council of Societies of Industrial Design (Icsid) designated Helsinki as the World Design Capital for the year 2012 - A practical example of design within the NIS is the way design is integrated into Aalto University, the 'Innovation University' that merged three Universities in Helsinki. 	<ul style="list-style-type: none"> - Design industry employs a total of 2,000 professionals in the formulation and consultants employed by another, independent designers as well as small-scale entrepreneurs. -The majority of jobs is located in southern Finland. 	<p>Since the Government's Design Policy Statement 2000 the current Innovation Policy is now seeking the efficiency from design as one of user-driven innovation tools, in services or a strategic tool for business and management purposes.</p> <p>The action plan introduces The World Design Capital Helsinki 2012 project (2010-2012) as an opportunity for wider use of design thinking and piloting the service design methods in the renewal of public services.</p>
FRANCE	<p>+ Primary national body responsible for design support is APCI - Agence pour la Promotion de la Creation Industrielle</p>	<ul style="list-style-type: none"> - APCI - around 1 million euros (2003) - Turover in Design sector between 2,2-3 billion euros 	<ul style="list-style-type: none"> - Bring culture, research and industry together - Collaboration with its members and its partners - Develop tools and group actions that provoked the economic, social and cultural aspects of French design in France and abroad. 	<ul style="list-style-type: none"> - A biannual French/English guide to developments in French design Observateur du Design - Annual award and exhibition recognising collaborations between companies and designers - A newspaper, publications - International activities - The AFD (Alliance Française de Designers) 	<ul style="list-style-type: none"> - 1, 000 design registrations per million people - Around 4,750 design services sector firms, approximately 25,000 employee 	<p>Many geographically large nations, policy, support and investments for design is managed at a regional level.</p> <p>The primary national body responsible for design support is APCI (created by the ministers for industry and culture in 1983 – independent organisation since 1993.)¹</p>

TABLE 3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND PROMOTION

	COUNTRY/FOCUS	FUNDING / APPROPRIATION	MAIN OBJECTIVES	IMPLEMENTATION	RELATED FACTS & FIGURES	MAIN ACTORS
GERMANY	Promotion of design in national level: German Design Council	Government, businesses About £1,4 million (2004)	Exporting design know-how and expertise to the economy, politics, culture and public life	-The German Design Council -The Design Zentrum Nordrhein Westfalen -Red dot design award		"Many separate bodies, both privately and publicly funded, promote the importance of design and provide support to industry in the use of design. The main national body is the German Design Council. Individual design centers in each of the country's 16 states ¹ ."
HONG KONG	+ National design programme + DesignSmart Initiative	Government, DesignSmart Initiative HK \$ 250 million	DesignSmart Initiative - Help industries move up value chain by switching the production mode from original equipment manufacturing to original design manufacturing and thence original brand manufacturing	DesignSmart Initiative - Design support programme with four funding schemes: 1.Design Support Programme (DSP) Design-Business Collaboration Scheme (DBCS), which aims at promoting collaborations between design and Small and Medium Sized Enterprises (SMEs). 2. Design Research Scheme (DRS), which aims at supporting worthwhile research in design or branding-related areas. 3.General Support Scheme (GSS), which aims at promoting and honoring design excellence in Hong Kong. 4.Professional Continuing Education Scheme (PCES), which aims at developing professional continuing - InnoCentre Programme to support the operation of Hong Kong Design Centre and design incubation at InnoCentre - education courses in design and its application, awards - Programmes include finance for businesses to access specialist design skills	- Public investment in design Total investment (HK \$ M) 20.00 (2007) Total investment US \$ M 2007 prices - Employment in the design services sector Total number per 5,659 million population 84	"Policy relating to design issues is driven by several different players. The Home Affairs Bureau (equivalent to the UK Ministry of Culture) is responsible for the creative arts. The Central Policy Unit is responsible for policy research. The Hong Kong Trade Development Council aims to facilitate opportunities in international trade for HK companies. The Hong Kong Design Centre is the primary means of delivering the national design policy and views design as a professional business activity that can add value and increase competitiveness of products or services by interfacing with aesthetics, science and technology. ¹⁷ "

TABLE 3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND PROMOTION

	COUNTRY/FOCUS	FUNDING / APPROPRIATION	MAIN OBJECTIVES	IMPLEMENTATION	RELATED FACTS & FIGURES	MAIN ACTORS
INDIA	+National design policy	Government	<ul style="list-style-type: none"> - Strengthening quality design education at different levels - Encouraging use of designs by small scale and cottage industries and crafts - Facilitating active involvement of industry and designers in the development of the design profession - Branding and positioning of Indian design within India and overseas - Enhancing design and design service exports - Creating an enabling environment that recognizes and rewards original designs. 	<p>The Action Plan for implementation of the National Design Policy have various components, e.g.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Design Council - Design Centres/Innovation Hubs - Plan for training of trainers and for organizing training programmes - Creating mechanisms for sustainable quality improvement in designs in India. - special focus on up-gradation of existing design institutes and faculty resources 		India Design Council (IDC) is India's design policy execution organization
IRELAND	+ National design programme	Government	<ul style="list-style-type: none"> - To develop design infrastructure - To promote the use of design by SMEs in innovation and product development - To increase professionalism in design industry 	<ul style="list-style-type: none"> - Design Ireland - The Designers Training Skillnet programme 2006-2008 	<ul style="list-style-type: none"> - Value of the cultural and creative industries EUR 11.8 billion or 7.6% of GNP. It estimates employment at 170 000 or 8.7% of total employment. All this constitutes the return on direct exchequer expenditure of EUR 330 million 	Government Design professionals
ITALY	+ Local design programme and programme for the promotion of design	Government Economics	To support local businesses and design consultancies in creating local production and brands	design.italia portal		Regional businesses and design universities . ADI - Associazione per il Disegno Industriale (Association for the Industrial Design)

TABLE 3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND PROMOTION

	COUNTRY/FOCUS	FUNDING / APPROPRIATION	MAIN OBJECTIVES	IMPLEMENTATION	RELATED FACTS & FIGURES	MAIN ACTORS
JAPAN	+National Design programme (2003)	Government, industry	<ul style="list-style-type: none"> - To promote international exchange through design - To support the strategic use of design in brand building - To support the use and development of design - To establish and develop the infrastructure of design information - To strengthen design rights - To manage human resources in practice - To promote general interest in design 	<ul style="list-style-type: none"> - International Design Business Promotion Projects promoting design-related activities and industries - fostering public awareness of design values, presenting future visions, and accelerating international understanding and cultural development through global exchange programs. (JDF) - Good Design Awards 	<ul style="list-style-type: none"> - WIPO design registrations 31,503 (2003) - WIPO trademark registrations 104,440 (2006) - around 28,000 design graduates per year - Design consultancies in Japan: graphic design agencies account for around 65%, with interior design at 17% and industrial design at 14% of the total 	<p>“The Japanese Ministry of International Trade and Industry (MITI) is responsible for industrial development and views design as strategically important to the economy. MITI founded the Japan Industrial Design Promotion Organisation (JIDPO) in 1969 to promote industrial, packaging and interior design. 27 Other agencies support different design disciplines, and in many of the 47 prefectures, regional governments also take responsibility for promoting design, for ex. The Japan Design Foundation (JDF), International Design Center NAGOYA¹⁷”</p>
KOREA, Rep.	+ National design programme 1993-2007	Government	<ul style="list-style-type: none"> - Increase the number of firms with in-house designers from 20,000 to 100,000 - treble the value of the design - To train world-class designers - To strengthen local capability for design innovation - To strengthen the capability of design research and product development - To develop international design exchange and strengthen co-operation in North-East Asia 	<ul style="list-style-type: none"> -To establish, maintain and finance design infrastructure -International Design School for Advanced Studies - The KIDP Centre opened in 2006 - designdb.com portal - GD Award (Good Design) - e-Design Academy - 16 Design Innovation Centers and 3 Regional Design Centers 	<ul style="list-style-type: none"> - Public investment in design : *Total investment US \$ M 2007 prices 68.80 - WIPO design registrations 27,235 (2002) -WIPO trademark registrations 69,359 (2007) - Number of design firms 2,500 (2006) - Employment in the design services sector 112,000 (2006) 	<p>“The government’s Committee for Globalisation Policy develop design agenda (starting with the first of three fiveyear plans; 1993–1997, 1998–2002 and 2003–2007). These initiatives were the remit of the Ministry of Commerce, Industry and Energy, administered through the Design and Brand Policy Division. An underlying ambition has been to improve ‘brand Korea’ and the reputation of Korean goods in export markets and raise design awareness in the general public.”⁴¹</p>

TABLE 3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND PROMOTION

	COUNTRY/FOCUS	FUNDING / APPROPRIATION	MAIN OBJECTIVES	IMPLEMENTATION	RELATED FACTS & FIGURES	MAIN ACTORS
NETHERLANDS	+ Designworld Premsula Policy Plan 2009-2012 (National cultural institute Pramsela)	<p>The structural funding comprises the Cultuurnota subsidy of €4 million from the Ministry of Education, Culture and Science (OCW) and an accommodation subsidy of €150,000.00 from Amsterdam Municipal Council. The target for fundraising is €400,000.00 (10% of the national government funding), to be raised in equal amounts through public and private funding.</p> <p>Budget 2009 4,700,000 e 2010 4,550,000 e 2011 4,550,000 e 2011 4,550,000 e</p>	<ul style="list-style-type: none"> - the improvement of the cultural design climate in the Netherlands <p>Themes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Globalisation - Amateurism - Symbolic economy - Consciousness-raising - Cultural identity - Popular culture 	<p>Pramsela:</p> <ul style="list-style-type: none"> • (inter)national promotion and representation; • information, reflection, debate and education; • cataloguing and classification of and providing access to heritage; • documentation and archiving; • consultation and coordination. • forming networks and partnerships; • agreeing common goals; • pooling resources and manpower; • exchanging information, knowledge and experience <p>* FreeDesigndom * Platform21 * Streetlab * Spacesoup * Morf</p> <p>* Design Den Haag 2010-2018</p>	<ul style="list-style-type: none"> - The value added by design and fashion to the Dutch economy is estimated at €2.6 billion. - More than 46,000 designers in the Netherlands - Approximately 2,500 individual designers and 200 design studios and design departments of companies are affiliated to the Association of Dutch Designers (BNO) <p>-> The total turnover in 2006 was €726 million, of which more than €100 million came from the arts and culture sector.</p>	<p>In general there has been increased interaction between the cultural and economic sectors since the publication in 2005 of the policy document 'Ons creatieve vermogen' by the Ministry of Economic Affairs and the Ministry of Education, Culture and Science.</p> <p>In the period 2009-2012 Premsula wishes to combine the roles of a platform with the supportive roles of a national cultural institute. The aim is 'the improvement of the cultural design climate in the Netherlands'. The cultural agenda will thus be combined with an economic and/or social agenda. As a producer of design and fashion, the Netherlands is rapidly becoming part of a borderless, partly virtual, design world. Globalisation is the most important theme in this policy plan.</p>
	+ National design programme 2003-2008	Government	<ul style="list-style-type: none"> - To use design to acquire better competitiveness - To integrate design into decision making in all areas - boost economic growth through better use of design 	<ul style="list-style-type: none"> - Better by Design <p>* programmes connect companies with leading business experts and design practitioners. The Design 360, part of our Design Integration Programme, provides an independent assessment of a company's fundamental strengths and weaknesses, identifies opportunities, and recommends a plan of action for improvement.</p> <p>* leadership conferences * educational seminars.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Best use of design in business-award - Design Directory 		<p>In 2003 a Design Taskforce, consisting of designers, academics and business leaders, developed a strategy that would boost New Zealand's economic growth through the better use of design. The Design Taskforce's report, Success by Design, recommended ways New Zealand businesses could become more design-capable. In 2004 a Better by Design team was established to deliver the recommended programme to export-focused businesses and the design community. It is overseen by an independent group of design-led business experts who sit on the Better by Design Advisory Board. The programme is administered by New Zealand Trade and Enterprise.</p>

TABLE 3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND PROMOTION

	COUNTRY/FOCUS	FUNDING / APPROPRIATION	MAIN OBJECTIVES	IMPLEMENTATION	RELATED FACTS & FIGURES	MAIN ACTORS
NORWAY	+ Norwegian Design Council (NDC)	- Public investment in design: Total investment (Euro M) 15.00 (2006)	- Promote the use of design as a strategic tool for innovation, in order to achieve greater creation of value in Norwegian trade and industry - To increase the market share on global markets - Raise awareness of the value of design and architecture	- Cross disciplinary research centre - Good Design Label and awards - National design campaign - Innovation Norway - Design Awards	- Approximately 2,300 businesses in the Norwegian design industry (2003): 1,173 architecture firms, 186 interior design and decoration firms, 741 general design firms, and about 200 industrial design firms. - the design industry turnover of 2,790m NOK (£250m), 2003. - Small to medium sized firms dominate the industry: 89% of firms employ fewer than 5 people. - Oslo is the hub for the design industry, being home to 48% of design businesses - WIPO design registrations, total number 683 (2001) - WIPO trademark registrations: Total number 8,088, 2006	“Two national bodies are influential in the development of design, the Norwegian Design Council (NDC) and Innovation Norway. NDC, like the equivalent design councils in other countries, provides both promotion and support for design, targeted at firms. The primary goal of NDC is to increase the competitiveness and profitability of Norwegian industry. Innovation Norway provides direct financial support and information to firms engaged in innovation. NDC and Innovation Norway are both involved in developing policies relating to the use of design. There is no explicit or coherent national policy, and instead there are several smaller initiatives relating to design. Privat foundtaionNorsk Form works to raise awareness of the value of design and architecture” ¹
	+ Innovation Norway + Norsk Form (Private foundation)					
SINGAPORE	Design Singapore	Government EU, Government, Regional, businessesSVID €2.7m, projects €3.2m (2007-2009) - Public investment in design: Total investment (Singapore \$ M) 40.00 (2007)	- Nurture a Vibrant Integrated Design Services Cluster - Establish Singapore’s Status as an International Design Hub - Develop World-class Expertise - Develop Design “Killer Apps” - Promote Design Excellence in Enterprise - Foster a Design-savvy Culture - Raise Professional Standing of Designers	- PIC for Design (New tax incentive-scheme introduced in the Singapore Budget 2010 to provide significant tax deductions for businesses that invest in design) - Overseas Promotion Partnership Programme (OPPP) - Design Capabiilty Development Programme (CDP) - Industry Association Development Scheme (IADS) - Singapore Design Alliance - Design Sector Straw Poll - Singapore designf estival (2009) - Awars, competitions, events - Grants, Resources	- Approximately 185 graduates per million population (a total of around 760 annually) - The design services sector has a total of around 3,600 firms (or nearly 900 per million population), - employing around 5,000 people (or nearly 1,250 people per million population). - WIPO design registrations, total number 1,473 (2002) - WIPO trademark	The Singapore government’s most significant recent strategy is called Design Singapore, administered by the Design Singapore Council within the Ministry of Information, Communications and the Arts. Its goal is to make Singapore the gateway to Asia through the development of a cluster of integrated design services with improved design research and design education. The design industry and design capabilities of firms is nurtured by two government agencies – the Economic Development Board (EDB) and International Enterprise Singapore (IES). The EDB is charged with developing industrial design companies in Singapore. The IES promotes and develops design as a strategic tool for the competitiveness and internationalisation of businesses.
	+ DesignSingapore Council (national agency for promotion and development of Singapore design) + The Industry Development Panel (IDP) + The International Advisory Panel (IAP)					

TABLE 3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND PROMOTION

	COUNTRY/FOCUS	FUNDING / APPROPRIATION	MAIN OBJECTIVES	IMPLEMENTATION	RELATED FACTS & FIGURES	MAIN ACTORS
SPAIN	<p>+ Nationally, support and promotion of design is provided by DDI: Development of Design and Innovation (DDI). - body of the Ministry of Science and Innovation -> innovation and design policies</p> <p>+Local and regional authorities have their own design promotion bodies</p>		<p>- implement public policies to promote and disseminate design and innovation, both of them strategic factors for the competitiveness of Spanish companies</p> <p>- Stimulate the generation of knowledge in the field of innovation through design.</p>	<p>- Collaborate with the public authorities.</p> <p>- Contribute to the internationalization of Spanish design</p> <p>- Provide technical assistance for public bodies and decision-making centres for the management and evaluation of innovation programmes.</p> <p>- Provide backup for designers.</p> <p>- Cooperate with public and private agents.</p>	<p>- Madrid is one of the most active design regions, with around 1,000 design firms, employing around 2,500 designers (2001)</p> <p>- The most significant client base for design services is the private sector, which generates 55.5% of sales; individuals make up 28.7% of the total. Public bodies represent 6.9% of the sector's overall sales, and they tend to use the larger design companies.</p> <p>- Catalonia, the other major design hub in Spain, is home to 1,607 design businesses, making up 37.9% of the national design sector.</p>	<p>"National support and promotion for design in Spain is highly dispersed, with several agencies at a national and regional level. Nationally, support and promotion of design is provided by a publicly-owned body called DDI: Development of Design and Innovation (DDI). DDI is financed by the Ministry of Science and Innovation. DDI is financed by the Ministry of Science and Innovation, and aims to promote and disseminate design and innovation as key factors in the competitiveness of Spanish firms, and for the wellbeing of society. In addition to DDI, there are around 15 autonomous regional and local authorities which promote design. These bodies are collectively represented by the Federación Española de Entidades de Promoción del Diseño (FEEDP)"¹</p>
SWEDEN	<p>+ National design programme 2006-2010, SVID</p> <p>+ Innovative Sweden, a strategy for growth through renewal, Ministry of Industry Employment and Communications, 2004</p>	<p>Government will fund ten national three-year projects that started in 2005, €6.8m</p> <p>SVID is financed by the commissions it receives, primarily from the Ministry of Enterprise, Energy and Communications.</p> <p>In addition to the annual government commission, SVID runs projects funded by industry, regional bodies such as the county administrative boards and regional societies, and the EU.</p>	<p>-To improve the understanding of SMEs regarding design methods and their utilisation</p> <p>-To take the needs of buyers into consideration in the acquisition of design services</p> <p>-To create competitive advantage on strategic growth areas</p>	<p>Design för Innovation</p> <p>-Design for all</p> <p>-Forum for design information exchange</p>	<p>Public investment in design:</p> <p>* Total investment US \$ M</p> <p>2007 prices 5.59</p> <p>- According to 2005 figures produced by SVID, there are 340 industrial design agencies in Sweden (5,631 graphic design firms, 2,740 architecture firms, and 2,828 design firms.)</p>	<p>"Sweden's national design policy comprises several design-related initiatives that fall under the jurisdiction of different ministerial agencies. The national approach to design is that it can help to serve the dual goals of innovation and improvement in the quality of life. There is no single agency responsible, and measures relating to design are administered by the ministries of culture, industry and education. Several public bodies have responsibility for the promotion of design, including the Council for Architecture Form and Design, the Swedish Society for Crafts and Design and the Swedish Industrial Design Foundation (SVID). SVID was formed by the Swedish Business Development Agency, the Swedish Academy of Engineering Sciences and the Swedish Society of Crafts and Design."¹</p>

TABLE 3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND PROMOTION

	COUNTRY/FOCUS	FUNDING / APPROPRIATION	MAIN OBJECTIVES	IMPLEMENTATION	RELATED FACTS & FIGURES	MAIN ACTORS
SWITZERLAND	+ cultural policy (no design policy)		<p>cultural policy*:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cultural policy (i.e. on all federalist levels) focuses on the broad population, on artists, on cultural institutions and projects; • cultural policy means more than promoting culture. It stands for public discussion on culture, for adequate basic conditions, and for the interests of the artist; • cultural policy is linked to other policy areas, such as urban planning, financial and fiscal policy, tourism, cultural industries, etc; and • cultural policy means more than structuring a determined area in that it always affects society as a whole. 	Swiss Federal Office of Culture: Federal Competition for Design	<ul style="list-style-type: none"> - 40 553 businesses in the creative industries, including the freelance cultural and creative professions (2005). In the creative industries in Switzerland, these include 13 submarkets: music, books, art, film, broadcasting, the performing arts, design, architecture, advertising, software and games, handicrafts, media and recording. All taxable enterprises are included in the creative industries that are active on an operational basis. - The creative industries produced a total turnover of CHF 61.7 billion (2005). - The share of the total creative industry turnover of the total Swiss economy is 2.5% (2005). 	<p>Failing a single, unified national definition of culture, it is difficult to point to cultural policy objectives reflecting the attitudes of the major players in Swiss cultural policy (mainly the cities and cantons) at the same time. Nevertheless, in the discussion on the new Federal Law on the Promotion of Culture, which was passed at the end of 2009, several papers outlining cultural policy objectives were developed</p>
	+ National design strategy 2008–2011 The Good Design Plan	<p>Government, industry</p> <p>Annual grant from the Department for Innovation Universities and Skills (DIUS)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Build the UK's capacity to innovate and deliver world-class brands, products and services by supporting the effective use of design in business and the public sector - Drive the development of new solutions to UK social and economic challenges and involve communities in designing local services - Boost high-level skills in design to support a competitive creative economy and a thriving UK design sector - Champion the value of good design and its importance to social and economic success - Be recognised as an exemplar design institution for our influence, impact and enterprise 	<ul style="list-style-type: none"> - Extending Designing Demand to benefit business across the UK - Develop a specialised version of the Designing Demand Innovate service for universities to enable technology transfer - Develop a transformational programme to support public service innovation - Ensuring that Designs of the time (Dott) has local and national impact and legacy - Launching a National Design Skills Alliance in collaboration with Creative & Cultural Skills and the design sector - Deliver an annual review of existing and new design policy - Raise awareness of sustainable 'good' design through a public promo- 	<ul style="list-style-type: none"> - Public investment in design: * Total investment US \$ M 2007 prices 11.89 - Design graduates 13,270 (2007) - Number of design firms 12,450 (2005) - Turnover of the design services sector: Total turnover US \$ Bn 2007 prices 8.29 - Employment in the design services sector 61,680 (2007) - 232,000 designers - 65,900 freelancers - Industry concentrated in London and South East The capital accounts for almost a quarter (23%) of design businesses. 	<p>National design strategy 2008–2011: The Good Design Plan (Design Council). Mission is to inspire and enable the best use of design to make the UK a more competitive, creative and sustainable nation. Design Council run practical programmes for business, the public sector, design and education and use our knowledge and evidence to influence national policies¹.</p> <p>Although the Design Council is the best-known body supporting design in the UK, there are several other important agencies. Design Wales and the Lighthouse in Scotland are important regional bodies support-</p>

TABLE 3.1 NATIONAL DESIGN PROGRAMMES AND PROMOTION

COUNTRY/FOCUS	FUNDING / APPROPRIATION	MAIN OBJECTIVES	IMPLEMENTATION	RELATED FACTS & FIGURES	MAIN ACTORS
UNITED STATES + Promotion of design in organisations on a national scale + The U.S. National Design Policy Initiative - Design Policy proposal: U.S. National Design Policy Summit, 2009 (U.S. Federal Government, Professional Design Organisations, Design education accreditation bodies)	Design companies, private and corporate donations, several federal sources	Promote the benefits, awareness, and value of design in business and society (IDSA) -To expand design awareness of corporate management, design professionals and the public sector through education and training (Corporate Design Foundation) -Sponsor, conduct and promote research -Make accessible a design management body of knowledge -Educate and foster interaction among design managers, organizational executives and managers, educators, and public policy makers -Be a public advocate for the economic and cultural (societal) importance of design (DMI)	-Develop an umbrella plan to promote the value of design to business and society (IDSA) -Influence and develop collaborations between design, business and others schools or disciplines to further the understanding of design through multidisciplinary courses -Conduct research that examines the relationship between design and business success -Promoting individual design and business success stories -Demonstrate design's value to businesses by offering conferences, workshops and other educational programs (Corporate Design Foundation) -Organizing seminars and conferences, conducting research and case studies, training design professionals - Establishment of an annual research grant for research in the area of design management (DMI)	- Employment in the design services sector: Total number 141,390 (2007) - The USA produces the largest number of design graduates internationally, at around 38,000 per annum. - Universities within the USA have recently been leading the development of design education through the creation of multi-disciplinary courses bringingtogether designers, technologists and business students. This new approach is being widely copied in other nations. - Some of the world's best-known brands hail from the USA, and more than 50% of the Interbrand top 100 brands are US-based.	<p>“In the USA, there is no direct support for firms in the use of design, or promotion of the value of design at a national level. Some support exists regionally. There are no public bodies supporting design, but there are several high-profile private organisations:</p> <p>— The Industrial Design Society of America⁵⁰ (IDSA) is vocal in its support for design and the creation of a coherent industrial sector.</p> <p>— The Design Management Institute⁵¹ (DMI) is a professional body, with membership from consultancies, industry and academia.</p> <p>— The American Institute of Graphic Arts⁵² (AIGA) is the largest communication design organisation in the world, with 20,000 members.”¹</p>



3.2 Creativity Competitiveness Ranking

Creativity Competitiveness Ranking 2010, Design Competitiveness Ranking 2007 and 2005 is based on an average of seven design competitiveness related indexes, on a scale of 1 to 7. As originally in NZIER 2002 and the DESIGNIUM

2003 and 2006 reports, the indexes were sought from the WEF report to describe the state of design competitiveness. The design ranking components are listed on next page (18).

CREATIVITY COMPETITIVENESS RANKING 2010, DESIGN COMPETITIVENESS RANKING 2007, 2005 and DESIGN RANKING 2002

CREATIVITY COMPETITIVENESS RANKING 2010

1. Switzerland	6.1
1. Japan	6.1
2/3 Germany	6.0
2/3 Sweden	5.9
3/4 United States	5.7
3/4 Denmark	5.7
5. Finland	5.5
5. Netherlands	5.5
5. France	5.5
5. Austria	5.5

Source: World Economic Forum 2009

DESIGN COMPETITIVENESS RANKING 2007

1. Germany	6.1
2. Switzerland	6.1
3. Japan	6.0
4. Sweden	5.9
5. Denmark	5.9
6. Austria	5.7
7. United States	5.7
8. Finland	5.7
9. Korea, Rep	5.7
10. France	5.6

Source: World Economic Forum 2007

DESIGN COMPETITIVENESS RANKING 2005

1. Japan	6.2
2. United States	6.2
3. Germany	6.1
4. Switzerland	5.9
5. Denmark	5.8
6. France	5.7
7. Finland	5.7
8. Sweden	5.7
9. Belgium	5.6
10. Austria	5.6

Source: World Economic Forum 2007

DESIGN RANKING 2002

1. Finland	6.3
2. United States	6.2
3. Germany	6.1
4. France	6.1
5. Japan	6.1
6. Switzerland	6.0
7. Netherlands	6.0
8. Sweden	6.0
9. Denmark	5.8
10. United Kingdom	5.8

Bibliography: World Economic Forum 2002, Building a case for added value through design, NZ Institute of Economic Research 2003

3.3 DESIGN COMPETITIVENESS RANKING COMPONENTS

The 2002 NZIER design ranking included the indexes Extent of branding and Uniqueness of product design listed by the WEF. Uniqueness of product design was dropped from the list after the 2001/2002 competitiveness report, and extent of branding was last included in the WEF report for 2004/2005. Compared to the original ranking list of New Zealand, we have included design-related indexes on a broader front in the preport 2006. We have used the same indexes in the present report and the report 2008. The purpose of the new ranking is to take into account also the impact of immaterial spending on design competitiveness. The design competitiveness ranking above has seven indexes instead of five. The selected indexes measure the elements of competitiveness on a broader scale: the status of production processes, the effects of product design, marketing and after sales services on international competitiveness of export companies and their placement in the value chain.

The indexes used in the ranking are listed below, together with the questions put to the evaluators of the countries selected in the WEF report.

Company spending on research and development

Companies in your country (1 = do not spend money on research and development, 7 = spend heavily on research and development relative to international peers)

Nature of competitive advantage

Competitiveness of your country's companies in international markets is primarily due to (1 = low cost or local natural resources, 7 = unique products and processes)

Value chain presence

Exporting companies in your country are (1 = primarily involved in resource extraction or production, 7 = not only produce but also perform product design, marketing sales, logistics, and after sales services)

Capacity for innovation *

Companies obtain technology (1 = exclusively from licensing or imitating foreign companies, 7 = by conducting formal research and pioneering their own products and processes)

Production process sophistication *

Production processes use (1 = labour-intensive methods or previous generations of process technology, 7 = the world's best and most efficient process technology)

Extent of marketing *

The extent of marketing in your country is (1 = limited and primitive, 7 = extensive and employs the world's most sophisticated tools and techniques)

Degree of customer orientation

Firms in your country (1 = generally treat their customers badly, 7 = are highly responsive to customers and customer retention)

* These indexes were included in the NZIER report from 2002 plus the following two indexes were included in the NZIER report from 2002

Extent of Branding

Companies in your country that sell internationally (1 = sell into commodity markets or other companies that handle marketing, 7 = have well developed international brands and sales organizations)

Uniqueness of product designs

Product designs are (1 = copied or licensed from abroad, 7 = developed locally)



Table 3.2 Top 20 of Growth Competitiveness Index Ranking, Creativity Competitiveness Ranking 2010 and Design Competitiveness Ranking Indexes 2007

Country	Growth Competitiveness Index ranking 2010	Growth Competitiveness Index ranking 2007	Creativity Competitiveness ranking 2010	Design Competitiveness ranking 2007	Design average 2010	Design average 2007
Switzerland	1	2	1	2	6.1	6.1
United States	2	1	5	7	5.7	5.7
Singapore	3	7	11	15	5.3	5.3
Sweden	4	4	4	4	5.9	5.9
Denmark	5	3	6	5	5.7	5.9
Finland	6	6	7	8	5.5	5.7
Germany	7	5	3	1	6	6.1
Japan	8	8	2	3	6.1	6
Canada	9	13	23	23	4.7	4.9
Netherlands	10	10	8	11	5.5	5.6
Hong Kong SAR	11	12	20	20	4.9	5.1
Taiwan, China	12	14	13	18	5.2	5.2
United Kingdom	13	9	14	13	5.2	5.5
Norway	14	16	17	19	4.9	5.1
Australia	15	19	28	27	4.5	4.5
France	16	18	9	10	5.5	5.6
Austria	17	15	10	6	5.5	5.7
Belgium	18	20	12	12	5.3	5.5
Korea, Rep	19	11	15	9	5.2	5.7
New Zealand	20	24	31	29	4.4	4.5

Sources: Global Design Watch 2006 and 2008, World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2009/2010, 2007/2008 and 2005/2006,

TABLE 3.3 Creativity Competitiveness Ranking components

Country	Growth Competitiveness Index ranking	Company spending on re-search and development	Nature of competitive advantage	Value chain breadth	Capacity for innovation	Production process sophistication	Extent of marketing	Degree of customer orientation	Design average	Design Competitiveness ranking
Switzerland	1	6.0	6.4	6.0	5.8	6.3	6.0	6.0	6.07	1
United States	2	5.6	5.5	5.4	5.5	5.9	6.4	5.7	5.71	5
Singapore	3	5.1	5.5	5.4	4.4	5.6	5.4	5.6	5.29	11
Sweden	4	5.9	6.0	5.9	5.7	6.2	5.9	5.8	5.91	4
Denmark	5	5.5	6.1	5.6	5.3	5.9	5.8	5.7	5.7	6
Finland	6	5.3	6.1	5.5	5.6	6.0	5.0	5.2	5.53	7
Germany	7	5.8	6.4	6.2	5.9	6.4	5.8	5.6	6.01	3
Japan	8	5.9	6.3	6.1	5.9	6.4	5.6	6.3	6.07	2
Canada	9	4.2	3.6	4.1	4.4	5.3	5.6	5.5	4.67	23
Netherlands	10	4.8	5.8	5.6	4.9	6.0	5.8	5.4	5.47	8
Hong Kong SAR	11	3.7	5.2	5.4	3.4	4.9	5.6	5.8	4.86	20
Taiwan, China	12	5.0	4.9	5.2	4.8	5.6	5.3	5.7	5.21	13
United Kingdom	13	4.7	5.5	5.2	4.7	5.3	6.0	5.0	5.2	14
Norway	14	4.4	4.8	4.1	4.8	5.7	5.3	5.5	4.94	17
Australia	15	4.2	3.8	3.4	4.0	5.1	5.5	5.5	4.5	28
France	16	4.8	5.6	5.9	5.1	5.7	5.9	5.2	5.46	9
Austria	17	4.4	5.8	5.6	4.8	5.8	5.7	6.1	5.46	10
Belgium	18	4.6	5.7	5.1	4.8	5.8	5.4	5.5	5.27	12
Korea, Rep	19	4.9	5.4	5.4	4.7	5.1	5.1	5.5	5.16	15
New Zealand	20	3.8	3.3	3.8	4.1	4.9	5.3	5.5	4.39	31
Luxembourg	21	4.6	5.5	4.8	4.4	5.4	5.3	5.3	5.04	16
Qatar	22	3.0	2.9	2.8	2.5	5.5	5.3	5.2	3.89	19
Unit. Arab Emirates	23	3.8	4.4	4.4	3.5	4.7	5.4	5.7	4.56	26
Malaysia	24	4.3	4.2	4.7	4.1	4.5	4.9	5.2	4.56	27
Ireland	25	4.2	5.3	4.8	3.8	5.3	5.3	5.3	4.86	21

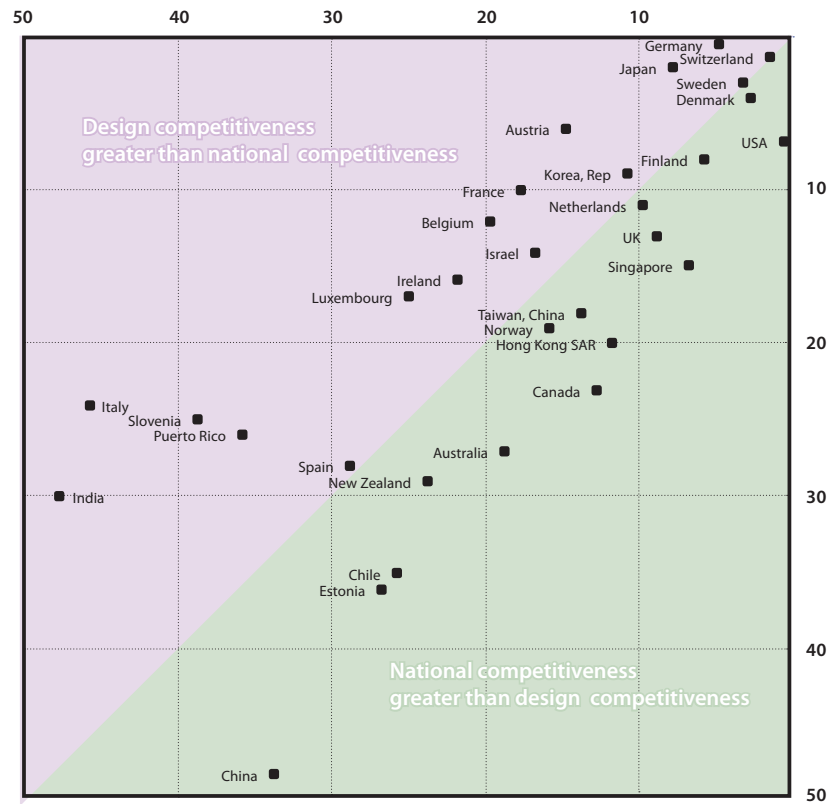
TABLE 3.3 Creativity Competitiveness Ranking components

Country	Growth Competi- veness Index ranking	Company spending on research and devel- opment	Nature of competitive advantage	Value chain Breadht	Capacity for innovation	Production process sophistication	Extent of marketing	Degree of customer orientation	Design average	Design Competitiveness ranking
Iceland	26	4.1	4.4	4.3	4.2	5.6	5.2	5.6	4.77	22
Israel	27	4.9	5.8	4.5	5.2	5.1	4.2	4.8	4.93	18
Saudi Arabia	28	3.6	3.8	4.3	3.7	4.7	4.7	5.1	4.27	35
China	29	4.2	3.5	3.9	4.2	3.9	4.6	4.5	4.11	36
Chile	30	3.2	3.0	3.7	3.1	4.5	5.3	4.9	3.96	40
Czech Republic	31	4.1	3.9	4.7	4.2	4.7	4.9	4.9	4.49	29
Brunei Darussalam	32	3.0	3.6	2.6	2.7	3.2	3.6	4.7	3.34	50
Spain	33	3.6	4.2	4.6	3.7	4.5	5.1	4.8	4.36	32
Cyprus	34	3.6	4.8	4.1	3.5	4.4	4.8	5.2	4.34	33
Estonia	35	3.3	3.6	3.8	3.6	4.4	4.5	5.1	4.04	38
Thailand	36	3.3	3.5	4.0	3.1	3.6	4.6	5.3	3.91	42
Slovenia	37	3.9	4.4	4.7	4.5	4.5	4.9	5.1	4.57	25
Bahrain	38	2.8	2.8	3.3	3.1	4.0	4.7	5.2	3.7	47
Kuwait	39	2.6	3.6	3.5	2.7	3.8	4.4	4.7	3.61	49
Tunisia	40	3.3	3.5	4.3	3.3	3.9	4.2	4.9	3.91	43
Oman	41	3.1	3.4	3.6	2.7	4.3	4.0	5.0	3.73	46
Puerto Rico	42	3.2	4.8	4.2	3.2	5.0	5.2	4.7	4.33	34
Portugal	43	3.3	3.6	4.0	3.6	4.3	4.7	4.6	4.01	39
Barbados	44	3.0	5.2	3.9	2.8	3.7	4.4	4.4	3.91	44
South Africa	45	3.6	3.1	3.3	3.6	4.3	5.3	4.4	3.94	41
Poland	46	3.2	3.6	4.6	3.1	4.1	5.0	4.8	4.06	37
Slovak Republic	47	3.2	2.9	3.9	3.1	4.4	4.7	4.6	3.83	45
Italy	48	3.4	5.6	5.3	3.9	4.7	4.6	4.7	4.6	24
India	49	3.6	3.4	4.4	3.6	4.3	4.9	4.8	4.4	30
Jordan	50	2.6	3.6	3.8	2.9	3.9	4.2	4.8	3.69	48

TABLE 3.4: National Competitiveness and Creativity Competitiveness Ranking 2008 and 2010

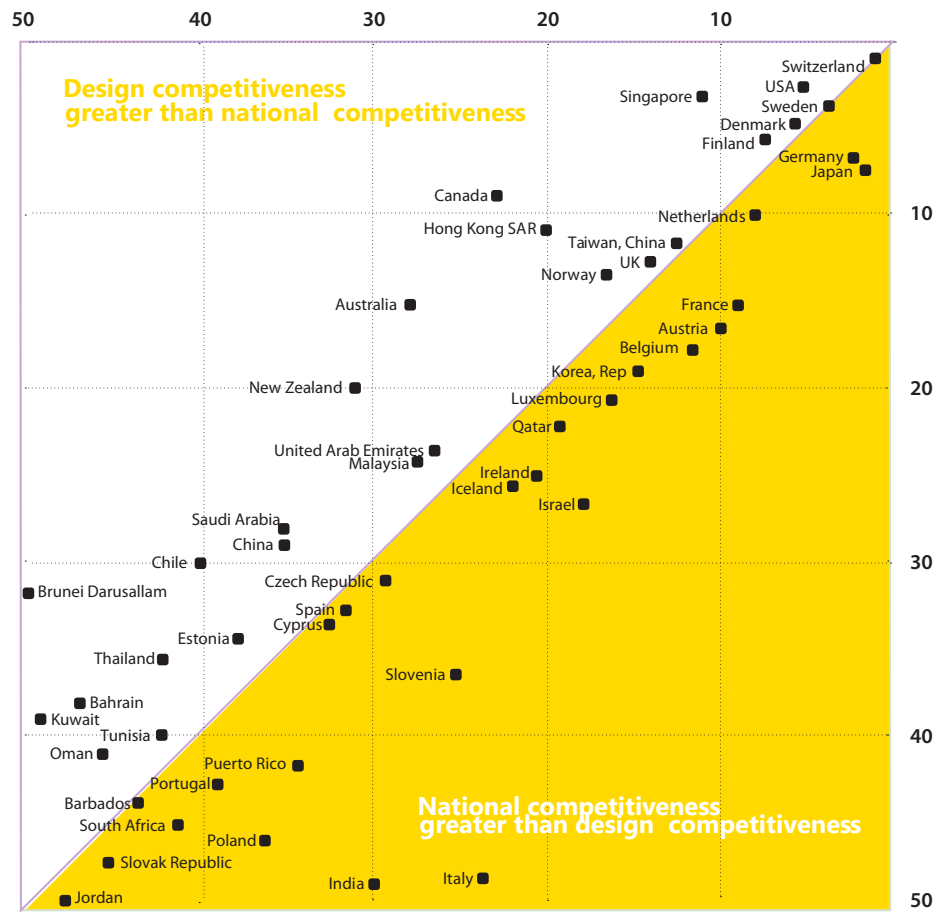
In the figures we have compared the national competitiveness of leading countries against their design ranking to show the correlation between national competitiveness and level of design.

GDW 2008



Source: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2007/2008

GDW 2010

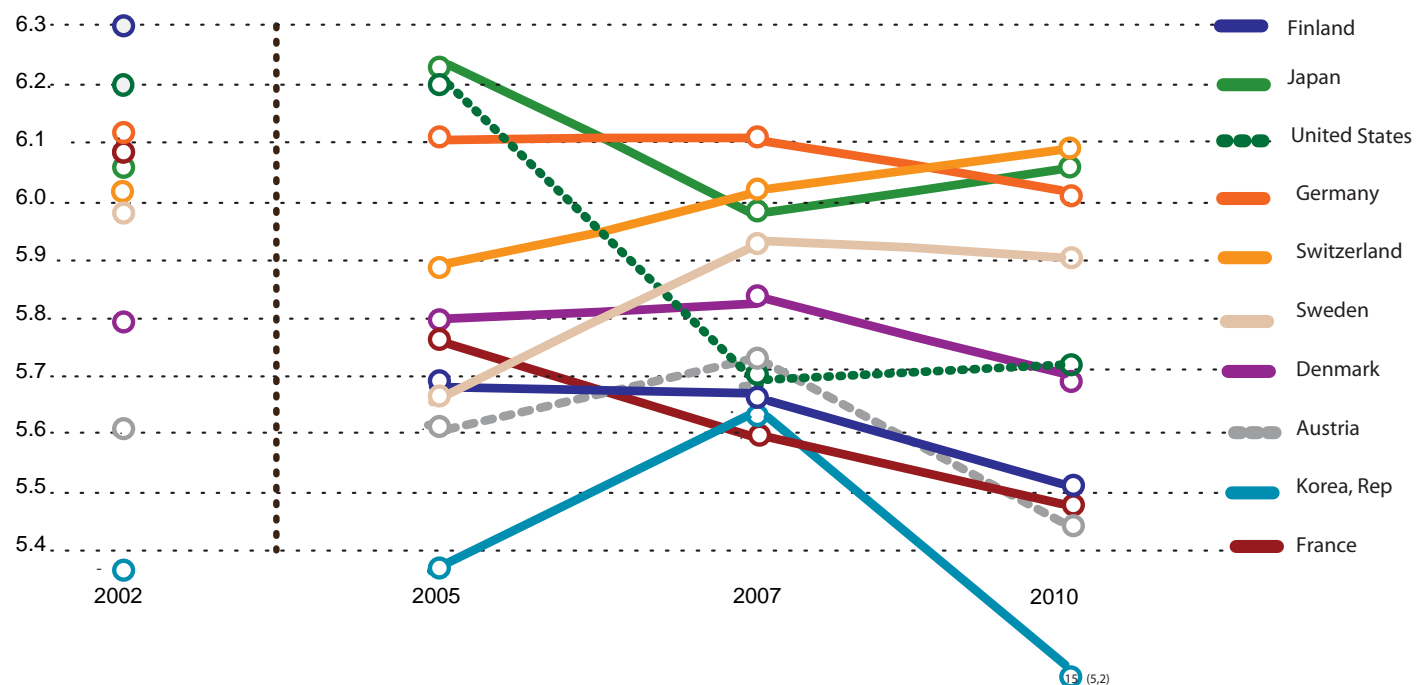


Source: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2009/2010

TABLE 3.5: Creativity Competitiveness Ranking 2010 , Design Competitiveness Ranking 2005, 2007 and Design Ranking 2002



In the figure below we have compared the national competitiveness of leading countries against their design ranking to show the correlation between national competitiveness and level of creativity.



CLOSING WORDS

Creative potential is evidence in leading the national competitiveness.

In many countries design is increasingly being recognized as important for national competitiveness. However, to enhance the understanding of the economic potential of design and Creative Industries in general, their concepts should be clarified. While the concept of Creative Industries is slightly unambiguous, The UK Department of Media, Culture and Sports (DCMS) definition from 1997 “those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property” is widely accepted and has remained remarkably well as the

general concept of CI. The DCMS category of Creative Industries consists of the following thirteen sectors: advertising, architecture, arts and antique markets, crafts, design, fashion design, film, interactive leisure software, music, television and radio, performing arts, publishing, and software. All of these industries have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property. In this context, design thinking, has a considerable role to play in tackling some of the most urgent issues such as climate change and helping industry unlock the value of technology breakthroughs.

Design thinking and innovation are among the focus areas of the European Commission Europe 2020 Flagship Initiative

According to the European Commission, the biggest challenge is to adopt much more strategic approach to innovation. Hence, the heart of the Europe 2020 Flagship Initiative strategy is innovation. The strengths in design and creativity must be better exploited, while social innovation must be championed. As the Initiative suggests, well-performing national research and innovation systems rely in pursuing a broad concept of innovation, which goes beyond technology and its applications. Among other aims, the Europe 2020 Initiative stresses that there is a need for a broad concept of innovation, including, among others, user-driven innovation, innovation in services and design and public sector innovation. These challenging tasks also open a wide variety of possibilities where user-centred design innovations can be utilized in order to make a substantial influence in building an environmentally and societally more stable and competitive European Community.

4 PROGRESS TOWARDS A KNOWLEDGE -VALUE SOCIETY

The technology barometer, published by the Finnish Association of Graduate Engineers TEK and VTT Technology Studies, is an annually published instrument that measures the state of technological and scientific expertise and development in a given country.

The technology barometer indicates the development of a society from an information society to a knowledge society and further to a knowledge-value society.

Since the turn of the millennium the Finnish Association of Graduate Engineers TEK and the Technical Research Centre of Finland VTT have co-operated for the purpose of developing a technology barometer. The barometer is an instrument for monitoring the stage of technological development within the society, resembling the role of indicators widely used in economics.

The results have challenged some widely accepted perceptions, and introduced a new point of view to the discussion on the state of the society.

The first barometer was published in 2004. Having now reached its fourth round of implementation it is now possible to see what type of development trends are currently in progress in addition to the key numbers of each individual study. The barometer has proven to be capable of casting additional light on bottlenecks and problem areas within the innovation environment.

4. 1 THE BAROMETER INDICATOR

The Technology Barometer measures [information society](#) development with the aid of young peoples' reading literacy skills, mathematical and scientific skills (PISA surveys) and in terms of investment in education, research and development.

[Knowledge society](#) development is measured by higher education, the share of high technology and competence-intensive services, the application of ICT, the number of patents, the share of scientific publications, and per capita GDP per working hour.

Development towards a [knowledge-value society](#) is measured by entrepreneurial activeness, the share of nascent companies, innovative SME companies or those engaged in innovative cooperation, risk capital investment, investments made by the private sector, incoming direct foreign investment, and the share of foreign trade in per capita GDP.

[Sustainable development](#) is the Technology Barometer's fourth object of analysis. Sustainable development is a continual, controlled process of societal change that takes place on the global, regional and local scales, towards securing adequate living conditions for the current and future generations. The Technology Barometer measures the objectives of sustainable development with the aid of three indicator entities: social cohesion in the society in question, environmental protection action taken by businesses and authorities, and the actual state of the environment.

Source: TEKbaro 2010

Figure: TEKbaro 2010

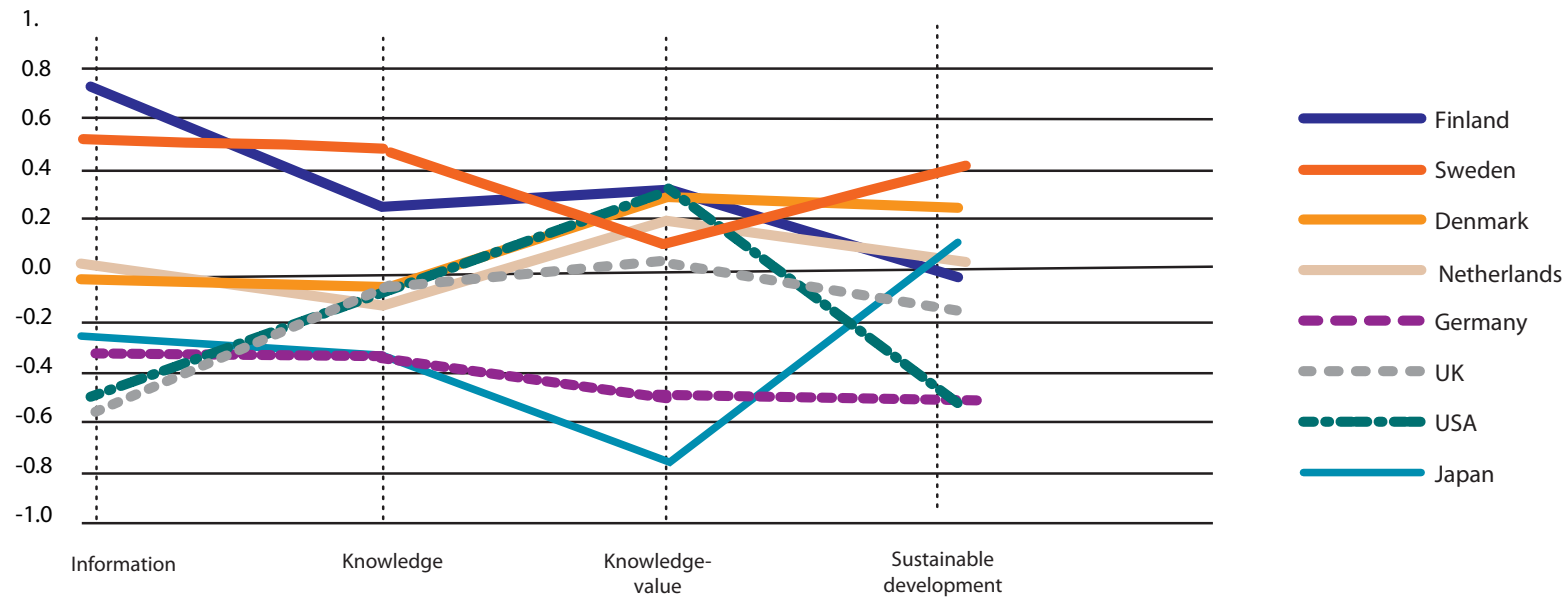
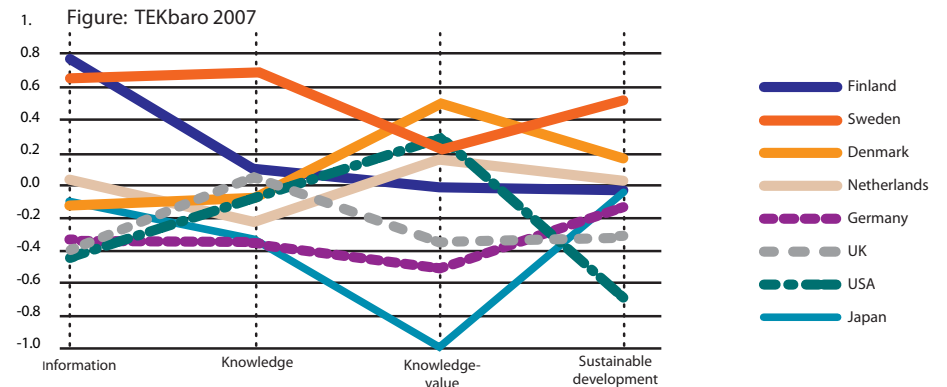


TABLE 4.1: Profiles of sample countries on their transition from an information society to a knowledge society and sustainable development

Sample nations' performance with respect to information society, knowledge society and knowledge-value society measures. The value describes average performance.

The more positive/negative the value of a country, the better/inferior its position is relative to the other countries for that measure.

Figure: TEKbaro 2007



4.2 APPLICATION OF NEW KNOWLEDGE

The Technology Barometer uses three indicators to measure the application of new knowledge. These are the SME companies' share of public-funded research projects in the business enterprise sector, the share of companies producing their own innovations from all companies, and the share of SME companies participating in innovation cooperation from all SME companies. The cooperation indicators focus on SME companies, due to the fact that almost all large companies participate in innovation activities and operate globally, with their operating methods being copied from one country to another. According to the results of the European Union's innovation study CIS 2006, the proportional share of SME companies engaged in innovation activities, compared to the total number of SME companies (excluding micro-sized enterprises), is highest in Germany and second highest in Finland, amounting to about 50 percent. Unlike the reference group countries, the SME companies' participation in innovation cooperation has

clearly increased in Finland according to CIS 2006, compared to the previous survey. The latest survey indicated that it is about 28 percent. The result of a GEM assessment indicates that the predominantly innovative activities (having unique products, and/or no competitors, and/or using the latest technology) of starter entrepreneurs only amounted to the average level of about 11 percent in Finland in 2007. This rating is the Nordic countries' lowest in the comparison (GEM 2007). The results of the CIS 2006 community innovation survey indicate that the average rating of all SME companies is about 21 percent: of the SME companies, 21 percent reported that they had developed new products for the market during the years 2004 - 2006.

Source: TEKbaro 2010

TABLE 4.2: The share of SME companies engaged in innovation activities of the total number of SME companies, excluding micro-sized enterprises, percentage (Community Innovation Surveys CIS 2004 and 2006, Eurostat)

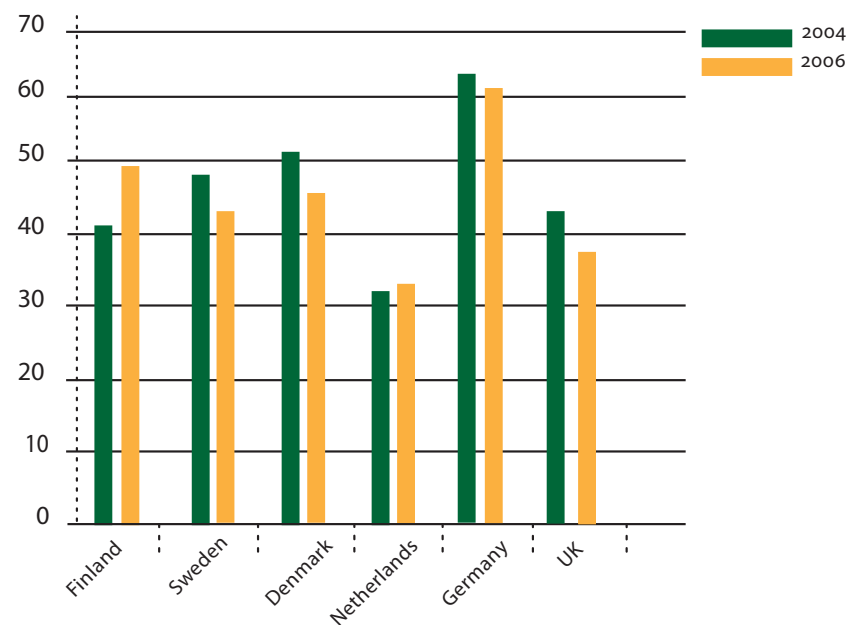


Figure: TEKbaro 2010

TABLE 4.3:
The share of SME companies engaged in innovation activities of the total number of SME companies, percentage (Community Innovation Surveys CIS 2004 and 2006, Eurostat)

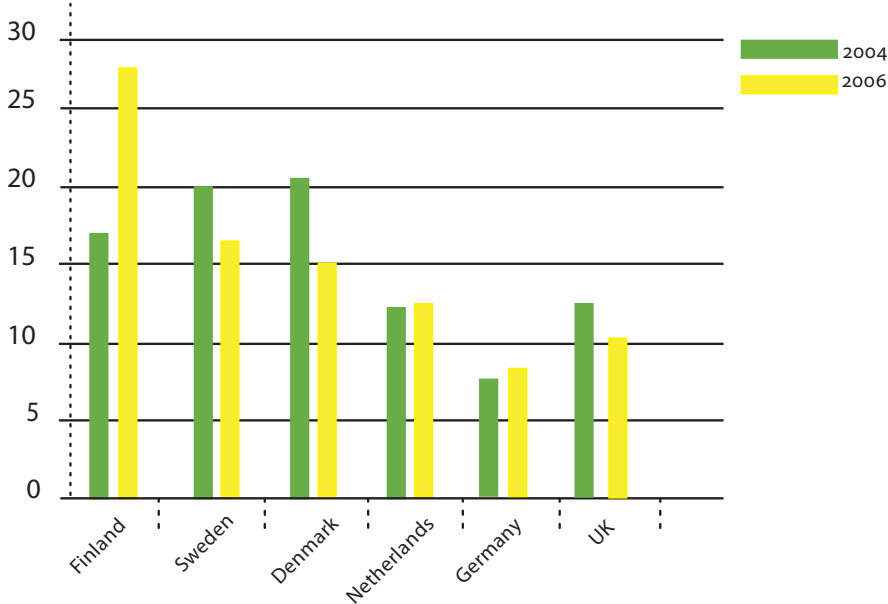


Figure: TEKbaro 2010

TABLE 4.4:
The proportional ratings of the countries being compared in the application of new knowledge, measured by the SME companies' share of public-funded research projects in the business enterprise sector, the share of companies producing their own innovations from all companies, and the share of SME companies participating in innovation cooperation from all SME companies.

According to this combined index, Finland rates top in the application of new knowledge, with Sweden's and Denmark's rating being average and that of the Netherlands and Germany being below average. The USA's and Japan's data were missing.

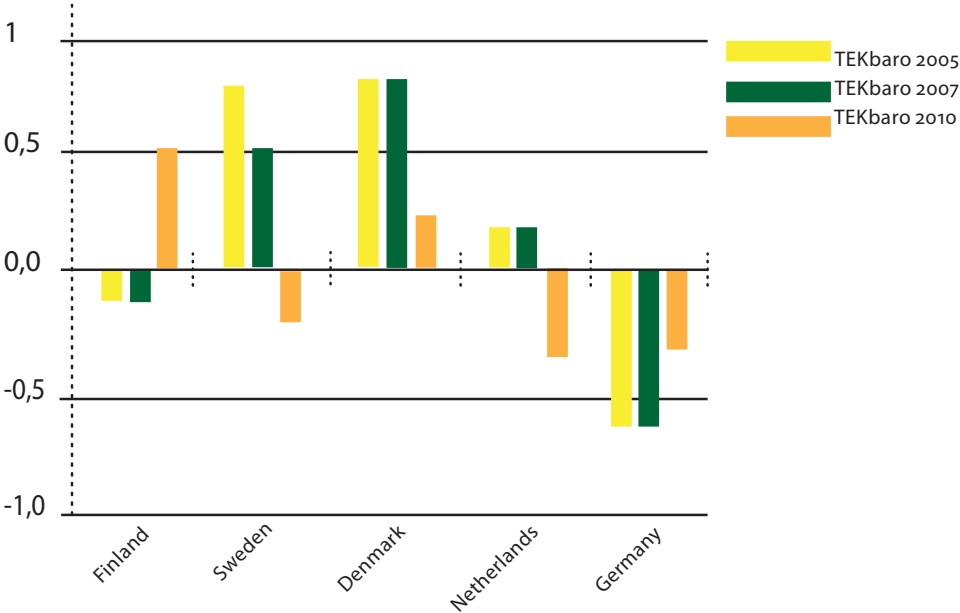


Figure: TEKbaro 2010

5 DISCUSSION: Finland

Five years since implementation of the Finnish policy 'Design 2005!' and design is reasserting itself on the political agenda in Finland.

In 2008, design was written into the definition of innovation in the National Innovation Strategy and is emerging as a component of the National Innovation System (NIS). The NIS is based on a systemic approach aligning the business and policy sectors (horizontal) and their relevant activities at different levels (vertical). In order for design to boost the operating system, different sectors and actors need to cooperate both at the policy-making and delivery stages to engage stakeholders and implement the key concept of the 'borderless innovation policy'. A practical example of design within the NIS is the way design is integrated into Aalto University, the 'Innovation University' that merged three Universities in Helsinki.

In 2009, the Finnish NIS was evaluated by a team of national and international experts. A specific challenge that emerged was the inclusion of creativity in the promotion of innovation activities. Consequently, the new demand- and user-driven innovation policy emphasizes customer needs in developing products and services and the participation of end-users in the

innovation process (National Innovation Policy¹). As part of the implementation of Finland's National Innovation Strategy, the Ministry of Employment and the Economy has outlined an action plan and policy framework. The action plan running through the years 2010 - 2013 covers the action points that promote policy implementation in the private and public sectors. The Ministry of Employment and the Economy is implementing the action plan in cooperation with several other ministries and a broad range of stakeholders, such as Tekes, VTT, the National Consumer Research Centre and local and regional authorities are responsible.

Finland is expanding the scope of National Innovation Policy (action plan 2012-2015, -points 2011) to demand- and user-driven innovation. Finland is expanding the scope of National Innovation Policy to demand- and user-driven innovation². Since the Government's Design Policy Statement 2000 the current Innovation Policy is seeking the efficiency from design as one of user-driven innovation tools, in services or a strategic tool for business and management purposes. The action plan introdu-

ces for example The World Design Capital project (2010-2012) as an opportunity for wider use of design thinking and piloting the service design methods in the renewal of public services.

The International Council of Societies of Industrial Design (Icsid) designated Helsinki as the World Design Capital for the year 2012 on November 25th, 2009. Design is a factor deep-rooted in the urban lifestyle of Helsinki. Design is manifested in the everyday lives of Helsinki citizens in many ways, ranging from home furniture and items that represent old Finnish design traditions to modern urban solutions in the city and contemporary interior design. International Design Foundation has been established at June 2010 to manage the World Design Capital Helsinki 2012 project³. The core idea of World Design Capital 2012 is Open Helsinki - Embedded Design in Life. Embedded Design extends the area of applicability of design from goods to services and systems. It brings the methods of design and the needs of users to planning from the beginning.

The creative sector is re-shaping Helsinki's economy and enhancing the citizens'

quality of life. Design seen from a broad perspective - in city planning, architecture, industrial design and service design - plays an integral role in the development of Helsinki, city services and consumer products.

Jaana Hytönen

Project manager at University of Art and Design Helsinki

¹ <http://www.tem.fi/?l=en&s=2411>

² <http://www.tem.fi/index.phtml?l=en&s=2382>

³ <http://wdc2012helsinki.fi/en/ideointipaiva2011>

5.1 Finland - Progress towards a knowledge-value society

TEKbaro 2010: KEY RESULTS

The first Technology Barometer survey was carried out at the turn of the year 2003 – 2004. Contrary to the prevailing notion, the results indicated that Finland was not a model country in terms of knowledge society development. The second barometer survey was conducted at the turn of the year 2004 – 2005, the third at the turn of the year 2006 – 2007, and the most recent in autumn 2009, each with similar results. However, Finland had improved its rating in the most recent survey, according to the indicators applied. This was the situation, at least prior to the global recession that started in the autumn of 2008.

In the information society indicators Finland was still placed at the top. In the knowledge society indicators Finland rated second after Sweden. In the knowledge-value society indicators Finland has improved its rating and has overtaken Sweden, the Netherlands and the UK. The said countries have lost their proportional lead compared to Finland. The change is explained by the increased share of innovative SME companies and their expanded innovation cooperation.

This change has been most dramatic in Finland. According to the most recent measurement results (GEM 2009), the proportional share of business angels in the population has clearly increased in Finland. In 2005 – 2007, the per capita GDP share in the total amount of direct inbound and outbound investment stocks increased clearly, compared to the corresponding figures of the previous Technology Barometer survey. During the period in question, the proportional share of foreign funding increased clearly in the private sector's R&D investments. In 2007, the per capita GDP share in foreign trade was also higher compared to the previous survey, especially in the service sector. However, Finland lagged far behind Denmark, Sweden and the Netherlands in this respect. In entrepreneurial activity Finland is now second after the USA. When taking into account the proportional share of new companies, risk capital investment, and the private sector's investment level in the combined index of entrepreneurial activity, Finland currently rates as third after the USA and Denmark.

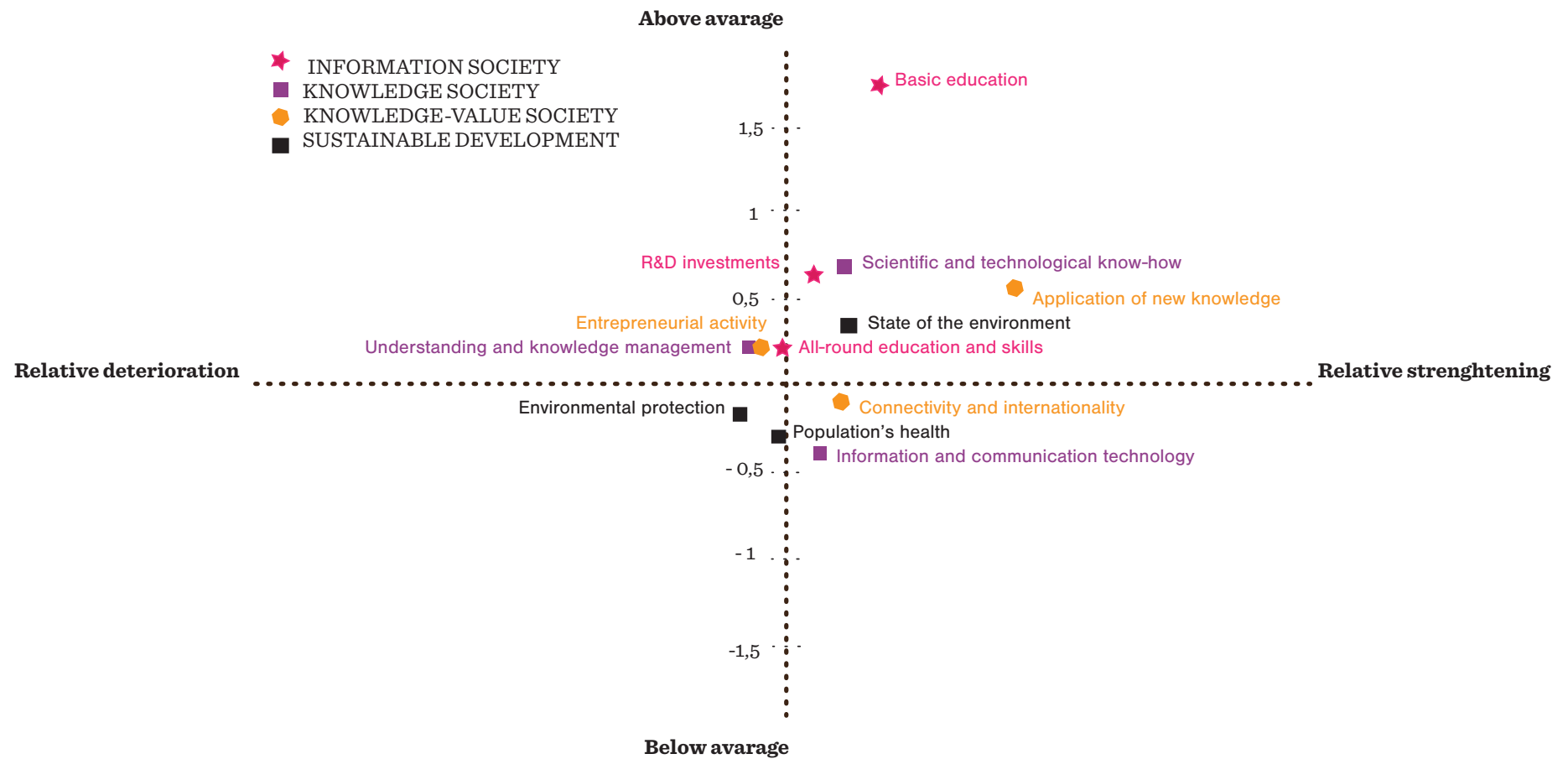
In the sustainable development indicators Finland continually remains at the reference group's average level. Sweden is by far the best. The USA is the laggard in terms of sustainable development, but has improved its proportional rating in the sustainable development indicators. This is due to the fact that Germany has reduced its per capita GDP share in greenhouse gas emissions more slowly than all others, and that the USA has increased the share of renewable energy sources. Germany's development has been most positive in its per capita GDP share in the amount of nitric oxides, in addition to its lowered energy intensity. With regards to greenhouse gas emissions, Finland is now next to last after the USA. In the per capita GDP share in sulphur oxide and nitric oxide emissions, Finland rates as last when the USA and Japan are excluded from the comparison. The USA has successfully reduced its energy intensity in this millennium. Finland's energy intensity is the highest among the reference group. Finland's low index value in environmental protection is probably explained by the country's ener-

gy intensive production structure, even if the value of our environmental protection investment is the highest among the countries compared. Regarding the share of renewable energy sources in the total energy production volume Finland lags clearly behind Sweden. In the environmental state indicators Finland's rating is of the average level.

Our country's score in the population's health is not praiseworthy either. Finland is last in terms of the population's life expectancy, healthy life expectancy in particular. In 2007, the population's healthy life expectancy was 67 years in Sweden and Denmark, and almost 10 years shorter in Finland – 57 years for men and 58 for women. In 2008, Denmark and the Netherlands had the largest share of employed people in the working age group. The two countries also had the lowest unemployment figures in the reference group. Finland currently rates as next to last in this comparison.

Source: TEKbaro 2010

Figure 5.1 Finland's strengths and weaknesses in comparison to the reference group countries.



6 APPENDIX: 6.1 SOURCES: National and regional programmes and design promotion.

NATIONAL/REGIONAL	SOURCES	ACCESSIBLE AT:
Australia	¹ Australian Government Design award Standards Australia SEE project	http://www.dia.org.au http://www.dfat.gov.au/facts/design.html http://www.designawards.com.au/ http://www.seeproject.org/map
Belgium	¹ International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 Design Flanders	http://jump.designer.com/news/17604 http://www.designvlaanderen.be/en http://www.seedesign.org/seedesign/uploaded_files/EWDS%20Prague%20-%20Design%20Flan-ders%20new%20compressed.pdf
Denmark	¹ International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 Design Denmark, 2007 International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 EU, Cultural Policy database, country profile Denmark	http://jump.designer.com/news/17604 http://www.ebst.dk/file/7260/designdenmark.pdf http://ddc.dk http://www.seeproject.org/docs/SEE%20Bulletin%20Issue%201%20-%20Aug%202009.pdf http://www.culturalpolicies.net/web/countries.php?pcid=1140 http://www.culturalpolicies.net/down/denmark_042010.pdf http://www.designcouncil.org.uk/resources-and-events/Schools-and-education/For-schools/Design-around-the-world1/Denmark/
Estonia	Estonian Association of Designers (EDL) EU, Cultural Policy database, country profile Estonia, 2010	http://vana.edl.ee/en/ http://www.disainikeskus.ee/ http://www.culturalpolicies.net/web/countries.php?pcid=1150 http://www.culturalpolicies.net/down/estonia_012010.pdf
Finland	International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 Global Design Watch 2008	http://jump.designer.com/news/17604 http://www.taik.fi/palvelut/innovaatiokeskus_designium/julkaisut.html http://www.mol.fi/avo/alat/0733.htm
France	¹ International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 Agency for the Promotion of Industrial Creation EU, Cultural Policy database, Country profile France, 2010	http://jump.designer.com/news/17604 http://www.francedesigninnovation.fr/Lapci_uk/index.php http://www.designcouncil.org.uk/resources-and-events/Schools-and-education/For-schools/Design-around-the-world1/France/ http://www.culturalpolicies.net/web/countries.php?pcid=1170 http://www.centredudesign.fr/accueil.aspx
Germany	¹ International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 The German Design Council Red dot design award IFDesign	http://jump.designer.com/news/17604 http://www.culturalpolicies.net/web/countries.php?pcid=1190 http://www.german-design-council.de http://www.ifdesign.de http://www.red-dot.de www.designpreis.de
Hong Kong	¹ International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 Government DesignSmart Initiative Inno Center Design Smart	http://jump.designer.com/news/17604 http://www.designsmart.gov.hk http://www.info.gov.hk/info/hkin/innovation.pdf http://www.hkdesigncentre.org http://www.innocentre.org.hk http://www.designsmart.gov.hk/1-eng/doc/leaflet-200812.pdf
India	National Design Policy	http://nid.edu/download/national_design_policy.pdf http://www.designinindia.net/design-now/design-policy/index.html
Ireland	ICSTI Statement Design and Development Ireland Culture policy The Centre for Design Innovation (CDI)	http://www.forfas.ie/icsti/statements/0304_des_dev_stmt/030414_icsti_design_development_statement_s.pdf http://www.culturalpolicies.net/down/ireland_092009.pdf http://www.designinnovation.ie/who.aspx

6 APPENDIX: 6.1 SOURCES: National and regional programmes and design promotion.

COUNTRY	SOURCES	ACCESSIBLE AT:
Italy	ADI	http://www.polimi.it http://www.adi-design.org/homepage.html
Japan	¹ International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 Japan Industrial Design Promotion Organization (JIDPO) Design as the Short Route to Brand Establishment —A Design Policy Renaissance— 2003	http://jump.designer.com/news/17604 http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/human-design/design-report-sammry1.html http://www.jidpo.or.jp/en/ http://www.idcn.jp/
Korea, Rep.	¹ International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 3rd Five Year Plan	http://jump.designer.com/news/17604 http://designdb.com/english/kidp/policy/down/The3rdFiveYearPlan.pdf http://www.gd.or.kr/eng/index.jsp
Netherlands	Premsele's 2009–2012 policy plan Design Council UK	http://www.culturalpolicies.net/web/countries.php?pcid=1340 http://www.premsele.org/en/premsele_1/projects-and-publications/downloads_1/ http://www.designcouncil.org.uk/resources-and-events/Schools-and-education/For-schools/Design-around-the-world1/Netherlands/ http://www.designdenhaag.eu/en/mission-0
New Zealand	Success by design, Better by design program	http://www.nzte.govt.nz/common/files/design-strategy.pdf http://www.betterbydesign.org.nz/
Norway	Design som drivkraft for norsk næringsliv. Rapport fra Utvalget for Næringsrettet Design, 2001. Period: 2002–2010. Norwegian Design Council ¹ International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009	http://www.norskform.no/System/Norsk-Form-in-english/ http://www.designcouncil.org.uk/resources-and-events/Schools-and-education/For-schools/Design-around-the-world1/Norway/ http://jump.designer.com/news/17604
Singapore	The DesignSingapore	http://www.mica.gov.sg/mica_business/attachment/ERC_SVS_CRE_Chapter3.pdf?sid=131&cid=1300 http://www.designsingapore.org
Spain	¹ International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 Design Council, UK	http://www.icograda.org/members/members/member_list499.htm http://www.designcouncil.org.uk/resources-and-events/Schools-and-education/For-schools/Design-around-the-world1/Spain/
Sweden	¹ International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 Design för innovation Långsiktig satsning på design som utvecklingskraft för Sverige Förslag till verksamhetsinriktning för SVID, 2006–2010.	http://www.svid.se http://www.designcouncil.org.uk/resources-and-events/Schools-and-education/For-schools/Design-around-the-world1/Sweden/ http://jump.designer.com/news/17604
Switzerland		http://www.culturalpromotion.ch/content.php?language=e&ext=project
United Kingdom	¹ The Good Design Plan 2008–2011 ² International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 The Department of Trade and Industry, The Design Policy Unit Design Council British Design Initiative	http://www.designcouncil.org.uk/Documents/Documents/Publications/TheGoodDesignPlan_Design_Council.pdf http://www.designcouncil.org.uk/Documents/Documents/Publications/Research/DesignIndustryResearch2010/DesignIndustryResearch2010_ExecSummary.pdf http://jump.designer.com/news/17604 http://www.britishdesign.co.uk http://www.dit.gov.uk/design http://www.globaldesignonline.com
United States	¹ International Design Scoreboard: Initial indicators of international design capabilities, 2009 Design Management Institute (DMI) Corporate Design Foundation Industrial Designers Society of America, IDSA Policy Manual - June 2007	http://jump.designer.com/news/17604 http://www.designpolicy.org/usdp/policy-proposals.html http://www.dmi.org http://www.cdf.org http://www.idsa.org

6 APPENDIX: 6.2 SOURCES: Other references

+ Global Design Watch 2008

Access: www.taik.fi/palvelut/innovaatiokeskus_designium/julkaisut.html

+ Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions, 2006

Access: www.taik.fi/palvelut/innovaatiokeskus_designium/julkaisut.html

+ Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions 2003

Access: www.taik.fi/palvelut/innovaatiokeskus_designium/julkaisut.html

+ TEKbaro 2010, Finnish Association of Graduate Engineers TEK, by VTT Technical Research Centre of Finland

Access: <http://www.tek.fi/ci/pdf/julkaisut/TEKbaro2010.pdf>

+ TEKbaro 2007, Finnish Association of Graduate Engineers TEK, by VTT Technical Research Centre of Finland

Access: <http://www.tek.fi/ci/pdf/teknologia/TEKbaro2007.pdf>

+ TEKbaro 2005, Finnish Association of Graduate Engineers TEK, by VTT Technical Research Centre of Finland (TEKbaro 2005 in Finnish)

+ World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2009/2010

Access: <http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010fullreport.pdf>

+ World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2007/2008. Palgrave Macmillan, 2007.

+ World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2005/2006. Palgrave Macmillan, 2005.

+ World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2001/2002. Oxford University Press, 2002.

Aalto University
School of Art and Design
Hämeentie 135 C, Helsinki
PB 31000, 00076 Aalto, Finland

Global Design Watch 2010

DESIGNIUM - Centre for Innovation in Design®

About Designium

Designium Innovation Centre provides consultation services in all matters relating to the identification, analysis and protection of innovations. The services are available for both the University's students and researchers, as well as outside design entrepreneurs. Innovation services focus on producing new information about the identification and management of innovations.

From January 1, 2011 Designium was selected by the European Commission, Directorate General for Enterprise and Industry, to become the Secretariat for the European Design Innovation Initiative.